

”PYSÄYTTÄVÄT” TORKKUPEITOT

Ideoita Finlayson Oy:lle



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, muotoilu

Syksy, 2016

Reika Vesala

Muotoilu
Visamäki

Tekijä

Reika Vesala

Vuosi 2016

Työn nimi

”Pysäyttävät” torkkupeitot, Ideoita Finlayson Oy:lle

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli torkkupeiton suunnittelu Finlayson Oy:lle. Kukin suunniteltavista kolmesta torkkupeitosta sopii yrityksen määräämään visuaaliseen konseptiin, jotka ovat jännä, ihana ja tyylikäs. Torkkupeitot oli suunniteltu yrityksen arvojen mukaisesti – rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti. Tuotteen pitäisi ennen kaikkea ilahduttaa ja hämmästyttää ihmisiä kaupassa ja ”pysäyttää” haluamaan sitä.

Työn tausta-aineistona selvitettiin sekä yrityksen arvoja ja tyyliä kuvaavaa visuaalista konseptia että sana pysäyttävä. Tutkimusongelmana oli selvittää, millainen torkkupeitto pysäyttää asiakkaita kaupassa. Opinnäytetyössä tutkittiin kudontatekniikkaa, markkinoilla olevia torkkupeittoja Suomessa ja Japanissa, asiakaskuntien toiveita ja mielipiteitä yrityksen tuotteista ja trendin merkityksiä suunnittelijalle. Tutkimusmenetelminä käytettiin kirjallisuutta, havainnointia, Finlayson-myymän henkilökunnan ja yrityksen luovan johtajan haastattelua ja näiden analyysiä. Opinnäytetyön toiminnallisena osuutena valmistettiin kokeeksi erilaisia laatunäytteitä.

Opinnäytetyön tulos on suunnitelma kolmesta erityyilisestä torkkupeitosta laatunäytteineen. Suunnitelmasta muokattiin kolmiulotteiset havainnekuvat tietokoneella. Johtopäätöksenä työssä on, että suunnittelijan on ymmärrettävä trendejä ja sovellettava niitä asiakkaiden toiveet huomioon ottaen. On ymmärrettävä myös toimeksiantajan konseptit ja toiveet, jotka ovat usein käsitteellisiä tai kuvailevia. Näin suunnittelija pystyy luomaan uutta tuotetta rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti. Tuloksena on tuote, joka on sopivasti uusi ja kiinnostaa asiakasta.

Avainsanat Torkkupeitto, kudonta, suunnittelu, käsitteelliset sanat, Finlayson

Sivut 64 sivua, joista liitteitä 9 sivua

Degree programme in design
Visamäki

Author	Reika Vesala	Year 2016
Subject	"Stoppable" throw blankets, Ideas for Finlayson PLC	

ABSTRACT

The aim of this thesis was to design throw blankets for Finlayson PLC. Each blanket was to be matched with the visual concept of the company – exciting, lovely and stylish. Throw blankets are designed according to the values of the company – brave, creative and open-minded. Particularly products are designed to make people happy and amaze and "stop" them in the shops and make them to desire them.

The background research method was to analyse the conceptual words which describe the company's value and style and as well analyse the word stoppable. The research problem of the thesis was to define what kind of a throw blanket stops the customers in the shop. Weaving techniques, throw blankets on the Finnish and Japanese markets, wishes and opinions of clientele towards company's products, discovering the customer's wishes and opinions of the company's products and the relevance of trend for designers are the subjects of research in this thesis. Literature, observation, interviews of Finlayson's creative director and shop staff and analysis of them are used as research method. Different samples were woven as the functional method.

The main result of this thesis is designs of three throw blankets. It consists of making samples and three dimensional illustrations on the computer. The conclusion is that the designer must follow trends and apply the wishes of customers. It's important to understand the concepts and wishes of the client which are often abstract and descriptive. Then the designer is able to create a new product in a brave, creative and open-minded manner. As the result the product is new in right way and meets the customers' interest.

Keywords Throw blanket, weaving, design, conceptual words, Finlayson.

Pages 64 pages including appendices 9 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Aiheen valinta.....	1
1.2	Työn tavoitteet ja rajaus	2
1.3	Työn keskeinen idea ja käsitteiden määrittely	2
1.4	Kysymysten asettelu ja tiedon hankintamenetelmät	3
1.5	Viitekehys	3
1.6	Tulos	4
2	FINLAYSON OY	5
2.1	Yritys.....	5
2.2	Tuotteet.....	7
2.3	Torkkupeitot.....	7
3	TORKKUPEITOT	9
3.1	Torkkupeitot Suomessa.....	9
3.2	Torkkupeitot Japanissa.....	10
3.3	Torkkupeitot sisustuksessa	11
3.4	Käyttö ja tarve	12
4	TEKNIKKANA KUDONTA.....	13
4.1	Vipukangaspuut.....	13
4.2	Tietokoneavusteiset kangaspuut	14
4.3	Tekniikan hyvät ja haasteelliset puolet.....	15
5	KÄSITTEELLISET AVAINSANAT.....	16
5.1	Visuaaliset konseptit	16
5.1.1	Jännä.....	17
5.1.2	Ihana	18
5.1.3	Tyylikäs	18
5.2	Arvo – rohkea, luova ja ennakkoluuloton	19
5.2.1	Kuvataiteessa ja muotoilussa	20
5.3	Pysäyttävä	22
6	SUUNNITTELU	23
6.1	Ensimmäinen osa	23
6.1.1	Haastattelut	23
6.1.2	Haastattelun tulos	24
6.1.3	Kohderyhmä	25
6.1.4	Trendin merkitys suunnittelijalle.....	25
6.1.5	Materiaalin valinta.....	25
6.2	Toinen osa	26
6.2.1	Lähtökohdat.....	26
6.2.2	Ensimmäiset laatunäytteet vipukangaspuilla.....	27
6.2.3	Laatunäytteet tietokoneavusteisilla kangaspuilla	29

6.2.4	Aiheena gingham	30
6.2.5	Aiheena mansikkaheinä.....	31
6.2.6	Aiheena aalto.....	32
6.2.7	Teemoihin kuulumattomat laatunäytteet.....	33
6.2.8	Ensimmäinen tapaaminen.....	33
6.2.9	Ajatuksia tapaamisen jälkeen	34
6.3	Kolmas osa.....	34
6.3.1	Sammal – Jännä	35
6.3.2	Mummola – Ihana	38
6.3.3	Aalto – Tyylikäs	40
6.3.4	Hapsut.....	41
6.3.5	Toinen tapaaminen.....	42
6.3.6	Uudet väritykset	43
6.4	Torkkupeittojen nimet	45
7	KOONTI TULOKSESTA.....	46
8	TARKASTELU JA ARVIOINTI	48
8.1	Arviointi valmistettavuudesta ja jatkomahdollisuuksista	48
8.2	Yhteenvedo koko työstä	48
8.3	Arvioiva päätäntä	49
	LÄHTEET	50
	KUVALÄHTEET.....	53

Liitteet

Liite 1	HAASTATTELUN KYSYMYKSET
Liite 1	VALMISTAJALLE LÄHETETYT LAATUNÄYTEIDEN TIEDOT JA VALMISTUSOHJEET

1 JOHDANTO

Yhtenä Suomen merkittävimmistä kodintekstiiliyrityksistä Finlayson Oy on melkein ensimmäisiä yrityksiä, johon tekijä pääsi tutustumaan vuonna 1998 muutettuaan Suomeen ja Forssaan. Silloin Forssassa vielä toimi yrityksen paino-osasto, ja monet kaupunkilaisista olivat yrityksen palveluksessa olleita tai heidän läheisiään. Kaupungissa vahvasti hallitseva tekstiilihenki johdatti tekijää opiskelemaan tekstiilialaa. Opintoihin kuuluvassa työharjoittelussa päästiin Finlayson ateljeeseen syksyllä 2015.

Pohdittaessa omia tekstiilialan vahvuuksia työharjoittelun aikana, erityiseksi kiinnostuksen kohteeksi nousi kankaan suunnittelu ja niiden joukosta torkku- ja päiväpeittojen suunnittelu. Työharjoittelu Finlaysonin ateljeessa toi tähän projektiin yhteistyökumppanuutta.

Esitettäessä opinnäytetyön ideaa Finlaysonin luovalle johtajalle Petri Pesoselle (haastattelu 13.11.2015), siihen vastattiin myönteisesti, sillä Finlaysonin tämän hetken peittotilanteessa suunnittelu on joutunut pitkälti olemassa olevien mallien varaan. Lisäksi yritys haluaisi uudistaa peitemalliston rohkeasti ja ennakkoluulottomasti.

1.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyön aiheeksi rajattiin vielä vain torkkupeitto. Päiväpeittojen pois rajaamisen syynä on, ettei lopputyön aiheesta tulisi liian laaja. Tarvittaessa jotkut torkkupeittojen kankaat olivat sovellettavissa päiväpeittoihin.

Aihe on kiinnostava, koska torkkupeittojen kautta voi syventää kudottujen ja neulottujen kankaiden tietämystä ja osaamista. Tekstiili- ja vaatetusartesaanin taustasta on hyötyä tehtävässä. Torkkupeittojen suunnittelu muuttui ideoinniksi, sillä yritys hakee ensisijaisesti uusia ideoita (Pesonen, haastattelu 13.11.2015).

Pesosen mukaan (Haastattelu 13.11.2015) torkkupeitot eivät ole välttämätön tuote kodeissa verrattuna esimerkiksi pyyhkeisiin, eivätkä kuulu jokapäiväisiin tarpeisiin. Sellaisen pitäisi olla erityisen kiinnostavia, jotta asiakkaat nimenomaan haluaisivat niitä koteihinsa tai lahjaksi. Koko suunnittelun teemaksi nousi ”pysäyttävä”. Ideointi tapahtuu tämän ympärillä.

1.2 Työn tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella kolme torkkupeittoa laatunäytteineen ja muokata kolmiulotteisia havainnekuvia tietokoneella. Jokaisen mallin pitäisi sopia Finlaysonin määräämään kolmeen visuaaliseen konseptiin jännään, ihanaan ja tyylikkääseen.

Opinnäytetyön tavoite oli alussa noin kymmenen torkkupeiton kankaan ideoiminen, niistä laatunäytteiden ja kolmiulotteisten havainnekuvien tekeminen. Ensimmäisen toimeksiantajan tapaamisen jälkeen tehtävä muuttui torkkupeittojen suunnitteluksi, johon kuuluivat reunat ja hapsut. Suunniteltava määrä on kolme laatunäytteineen. Muutos ei ole vaikuttanut tutkimuksen muihin osiin. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 6.2.8.

Alussa laatunäytteiden vaihtoehtoisina valmistustekniikoina olivat neule ja kudonta. HAMK:n tiloissa on sekä Stoll M1 -laitteisto neulestudioissa että vipukangaspuut ja tietokoneavusteiset kangaspuut kutomosalissa. Samassa rakennuksessa on myös TC-1 -jacquard-kudontalaite, joten jacquard-kutominen on myös mahdollista. Laitteiden itsenäisen käyttömahdollisuuden selvittämisen jälkeen laatunäytteet päätettiin valmistaa vain kutomalla.

Opinnäytetyön tausta-aineiston selvittämiseen kuuluu yrityksen myymälän henkilökunnan haastattelu ja sen purku sekä soveltaminen työhön. Myymälän työntekijät tuntevat yrityksen tuotteet ja ovat suorassa yhteydessä asiakkaiden kanssa. Heille kertyneistä näkemyksistä tuotteista ja kokemuksista on apua suunnittelutyöhön. Tässä projektissa henkilökuntien haastattelu antaa selkeämpää suuntaa, kuin kymmenien asiakkaiden haastattelu. Käsitteellisten sanojen tutkiminen ja määrittely ovat mitä olennaisin osa tässä suunnittelutyössä. Sanat ovat sekä yrityksen määräämät visuaaliset konseptit jännä, ihana ja tyylikäs että yrityksen arvot rohkea, luova ja ennakkoluuloton. Pesosen haastattelusta (13.11.2015) muodostunutta sanaa ”pysäyttävä” ei voi unohtaa.

1.3 Työn keskeinen idea ja käsitteiden määrittely

Torkkupeittoa suunniteltaessa aihe perustuu koko ajan sanan ”pysäyttävä” ympärille Finlaysonin määräämät kolme visuaalista konseptia huomioon ottaen. Työn peruskäsitteitä ovat torkkupeitto, kudottu ja ”pysäyttävä” tuote ja näiden lisäksi sekä visuaaliset konseptit jännä, tyylikäs ja ihana että yrityksen arvot rohkea, luova ja ennakkoluuloton.

Käsitteiden määrittely:

- Torkkupeitto: Pienehkö kevyt peite, joka on tarkoitettu päiväunia tai lepoa varten. Peitto on otettavissa helposti mukaan tarpeen tullen. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 3.
- Kudottu tuote: Valmistukseen käytetään kangaspuita ja siinä on kahteen suuntaan kulkevia lankoja, kuteita ja loimia, joista muodostuu kangas. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 4.

- Jännä, tyylikäs ja ihana: Finlaysonin tekemään tutkimukseen perustuvat kolme visuaalista konseptia. Yrityksen tuotteet on suunniteltu näihin konsepteihin, joiden avulla saavutetaan laaja asiakaskunta. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 5.1.
- Rohkea, luova ja ennakkoluuloton: Arvot, joihin Finlayson pyrki uudistamaan yrityksensä. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 5.2.
- Pysäyttävä tuote: Tuote, joka pysäyttää asiakkaita kaupoissa. Asia perustuu Finlaysonin luovan johtajan Pesosen haastatteluun, jossa hän kertoo (13.11.2015), että torkkupeittojen pitäisi olla erityisen kiinnostavia, jotta asiakkaat nimenomaan haluaisivat niitä koteihinsa tai lahjaksi. Asiasta kerrotaan tarkemmin luvussa 5.3.

1.4 Kysymysten asettelu ja tiedon hankintamenetelmät

Pesosen haastatteluun perustuva sana ”pysäyttävä” muodostaa työn pääkysymyksen: ”Millainen torkkupeitto pysäyttää asiakkaita kaupassa?”

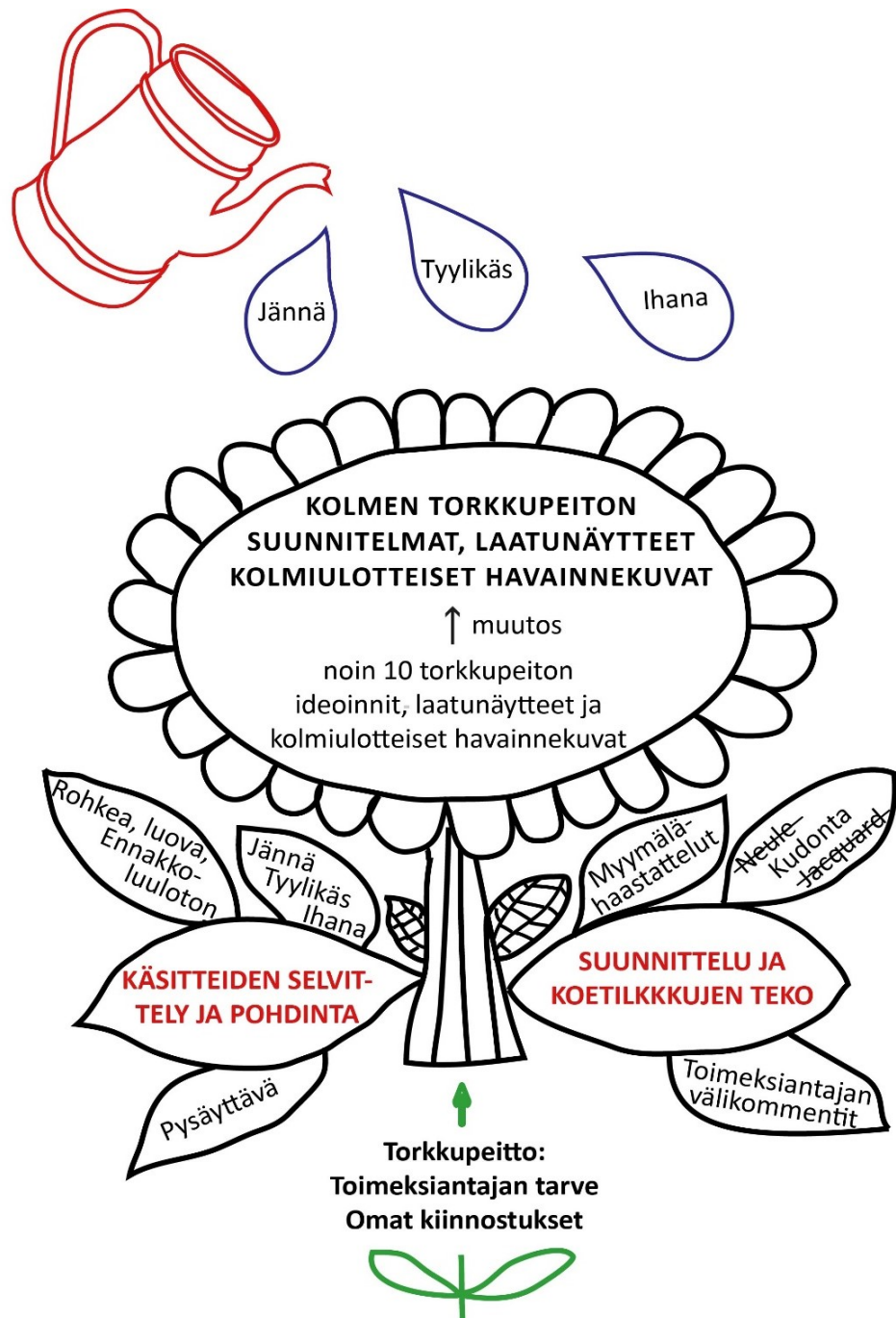
Finlaysonin visuaaliset konseptit ja arvot johtavat miettimään seuraavia alakysymyksiä: ”Kuinka voi suunnitella pysäyttäviä torkkupeittoja, jotka sopivat yrityksen visuaaliseen konseptiin jännään, tyylikkääseen ja ihaan?” ja ”Miten suunnitellaan rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti ottaen huomioon haastattelun tulokset?”

Tutkimusosuuden aineistona käytetään opinnäytetyötä varten laaditun myymälähenkilökunnan haastattelun tuloksia, yrityksen luovan johtajan Pesosen haastattelua, kirjallisuutta, internetiä ja artikkeleita. Finlaysonin suunnittelijan Osmi Koskisen asiantuntemuksesta on myös apua. Omat havainnot, tuotevertailut ja luentomuistiinpanot ovat osa olennaisia tiedonlähteitä.

1.5 Viitekehys

Viitekehyksessä kuvataan projektin etenemistä alhaalta ylöspäin. Projektin lähtökohtina ovat asiakkaan tarve ja tekijän kiinnostukset. Projekti etenee sekä tekemällä suunnittelua ja laatunäytteitä, että pohtimalla ja selvittämällä käsitteitä. Suunnittelu ja mallitilkkujen teko ovat konkreettisia asioita. Ne on sijoitettu oikealle puolelle. Käsitteiden selvittely ja pohdinta ovat aineettomia asioita, jotka ovat vasemmalla puolella. Näiden pohjalta tuotetaan torkkupeittojen laatunäytteet ja niistä kolmiulotteiset havainnekuvat. Kunkin suunnitelman pitäisi edustaa visuaalista konseptia jännä, ihana tai tyylikäs.

Alkuperäinen tehtävänanto ideoida kymmenen torkkupeittokangasta muuttui kolmen torkkupeiton suunnitteluksi. Muutos on merkitty viitekehykseen. Tekniikoista neule ja jacquard jäivät pois. Viitekehysten kukka on muokattu Finlaysonin Taimi-kuosista. (Kuva 1.)



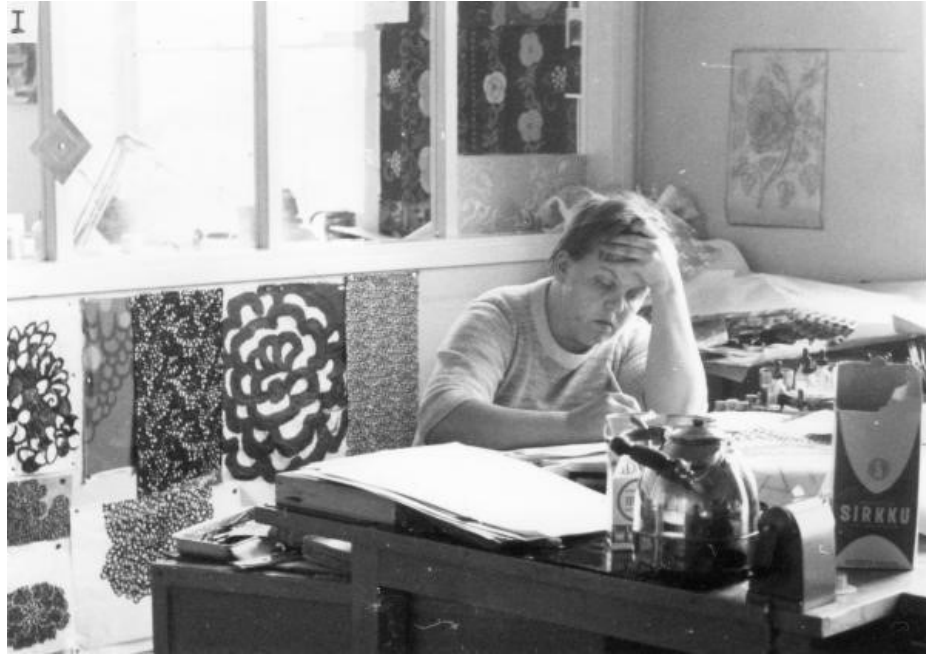
Kuva 1. Viitekehys.

1.6 Tulos

Tuloksena on kolme torkkupeittoa laatunäytteineen ja kolmiulotteisine havainnekuvineen. Torkkupeitot ilahduttavat ja hämmästyttävät, ja ”pysäyttävät” asiakkaan kaupassa. Ne on suunniteltu rohkeasti, luovasti ja ennakoluulottomasti ja sopivat Finlaysonin visuaaliseen konseptiin, jännään, ihanaan ja tyylikkääseen.

2 FINLAYSON OY

Tekstiiliyhtiö Finlayson Oy on yksi merkittävimmistä tekstiiliyrityksistä Suomessa ja vanhin toimintaa jatkanut maassa. Finlaysonin paino toimi Forssan Kutomon tehtaalla vuoteen 2009 asti. Finlaysonin logistiikka ja tehtaankauppa toimivat edelleen Forssassa vanhassa tehdasrakennuksessa.



Kuva 2. Tekstiilitaiteilija työpöytänsä ääressä ateljeessa suunnittelemassa painokuosia vuonna 1969 Finlayson-Forssan Viksbergin tehtaalla. Forssan museon arkisto. Kuva: Kirsti Porttinen. (Piipunjuurella 2016.)

Vuonna 1998 muutettuaan Suomeen, Forssaan, tekijä pääsi heti tutustumaan Finlaysonin tuotteisiin, sillä monilla oli niitä kotona. Yritys itse alkoi tulla tutuksi, sillä monet kaupunkilaiset olivat joko tehtaan entisiä tai nykyisiä työntekijöitä, heidän tuttaviaan tai sukulaisiaan. He olivat kertoneet yritykseen tai työhön liittyviä tarinoita (Kuva 2). Oli kiehtovaa kuulla entisiltä suunnittelijoilta tarinoita ateljeesta. Vaikkei olisi kiinnostunut tekstiilistä, Forssan museon tehtaaseen ja tekstiiliin liittyvät näyttelyt ja arkiston valtavat kokoelmat herättävät kiinnostuksen. Tekijä ehti vielä tutustua toimivaan tehtaaseen. Nyt tehdasrakennukset ovat tyhjiä ja katsovat tulevaisuuteen.

2.1 Yritys

Finlayson Oy on skotlantilaisen James Finlaysonin vuonna 1820 Tampereelle perustama yritys. Yritys on toiminut pohjoismaiden suurimpana tekstiiliteollisuusyrityksenä 1850-luvulta 1920-luvulle asti. Yritys laajensi

valikoimansa muun muassa painokankaisiin ostettuaan kilpailijansa Forsan puuvillatehtaan tuotannon vuonna 1934. Finlaysonin ateljee perustettiin vuonna 1951 Forssaan, jonka toiminta jatkui aina 1980-luvulle saakka. (Historia 2016.) Tänä päivänä ateljee sijaitsee pääkonttorissa Helsingissä. Yritys on valmistanut vaatekankaita, sisustuskankaita ja työvaatekankaita. Nykyisin sen toiminta keskittyy kodintekstiileihin. Finlaysonin tuotevalikoimaan kuuluvat vuodetekstiilit, kylpyhuonetekstiilit, keittiötekstiilit, kankaat, sekä oheistuotteet, joiden valmistus on pääosin Euroopassa ja Turkissa.



Kuva 3. Tom of Finland -pussilakana ja tyynyliinat (Finlayson 2016).

Kesällä vuonna 2014 Finlaysonin omistus vaihtui. Uudet omistajat suuntasivat alkuaikojen toimintaan, joka oli rohkeaa, luovaa ja ennakkoluulotonta. Menestys perustui suvaitsevaisuuteen, kansainvälisyyteen ja innovatiiviseen ajattelutapaan. (Bhose 2015, Kauppalehti 28.5.2015, D1) Yrityksellä on tuotemyynnit Venäjällä ja Baltiassa, lisenssivientiä Aasiassa. Verkkokauppaa tehdään koko Euroopassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa (Jääskeläinen 2014, Markkinointi & Mainonta 20.11.2014, D1). Yritys pyrkii jatkuvasti parantamaan yritysvastuuta ja taloudellista, yhteiskunnallista ja sosiaalista vastuuta kuin myös ympäristö- ja tuotevastuuta sekä hankintojen vastuullisuutta. Vastuulliset teot näkyvät esimerkiksi pakkausten uusimisessa siten, että tuotteesta näkyy kaikki mahdollinen tieto. Tom of Finland -mallisto osoittaa, että jokaisella on oikeus rakastaa, toisiaan (Kuva 3). (Finlayson 2016, 5–21.)

2.2 Tuotteet



Kuva 4. Finlaysonin Doggy style -rusetit. (Finlayson 2016).

Finlaysonin tuotevalikoimassa on makuuhuoneen, kylpyhuoneen, keittiön ja kodin sisustukseen kuuluvia tekstiilituotteita sekä oheistuotteita koko perheelle. Valikoimassa ovat myös Doggy style -rusetit, jotka on tarkoitettu koirille ja heidän omistajilleen (Kuva 4).

Koko tuotevalikoimassa on otettu huomioon eri-ikäkaudet ja -sukupuolet. Haastattelun perusteella miesasiakkaatkin löytävät sopivia tuotteita (Kujanpää, haastattelu 3.2.2016).

Finlaysonin visuaaliset konseptit jännä, ihana ja tyylikäs auttavat eri asiakasryhmiä löytämään mieleisensä tuotteen. Haastattelun mukaan asiakkaat ovat toivoneet peitemallistoon lisää nuorison huomioon ottavia ja värikkämpiä tuotteita (Harju, haastattelu 2.3.2016).

2.3 Torkkupeitot

Finlaysonin nykyisessä torkkupeittovalikoimassa on sekä neulottuja että kudottuja tuotteita. Elefantti-huovat ovat vauvan huopia, joiden koot ovat 80 x 100 cm. Lempi-huopamallistossa on maanläheinen värimaailma ja struktuurinen kankaan pinta. Edullisemman hinnan ja neutraalin värimaailman takia Lempi-sarjat menevät kaupaksi helpommin (Laitala, haastattelu 25.2.2016). Toisaalta Lempi-huovan materiaaleja puuvillan ja akryylin sekoitusta kyseenalaistetaan, kun asiakkaat ovat tarkkoja materiaalista (Kujanpää, haastattelu 3.2.2016). Luonnonvalkoinen ja pehmeä neulottu Amanda-peitto on sataprosenttisesti puuvillasta tehty. Keväällä uutuutena tulleet Ajatus- ja Uskollisuus-peitot ovat myös kokonaan puuvillaa. Syksyllä uutuutena tulleet Emil-huovat ovat sataprosenttista villaa. Huovat ja torkkupeitot on suunniteltu Suomessa. (Kuva 5.)



Kuva 5. Finlaysonin torkkupeittovalikoima. Ylärivi vasemmalta: Elefantti-vauvan huovat kaksi kappaletta, Adam-peitto, Ajatus-huopa. Keskirivi: Lempi-huovat. Alarivi: vasemmalta Emil-villahuovat kaksi kappaletta ja Uskollisuus-torkkupeitot kaksi kappaletta. (Finlayson 2016).

3 TORKKUPEITOT

Torkkupeitto on kevyt peite, joka on sijoitettu usein sohvalle tai sijatulle vuoteelle lepoa varten tai lisälämmikkeeksi. Se on helppo ottaa esiin ja ottaa matkalle mukaan.

Huopien ja torkkupeittojen koot Finlaysonin valikoimassa ovat leveydeltään 120–140 cm ja pituudeltaan 170–180. Vauvan huopien koot ovat noin kaksi kolmasosaa aikuisten koosta, eli 80 cm x 100 cm.

Suomessa villa on yleisin peiton materiaali. Kokonaan villasta tai puuvillasta valmistetut, niiden sekoituksesta valmistetut ja villan ja polyesterin sekoituksesta valmistetut ovat myös yleisiä. Halvoista valikoimista löytyy pelkästä polyesterista valmistettu torkkupeitto.

3.1 Torkkupeitot Suomessa

Peitoille on suomessa monta sanaa, kuten esimerkiksi viltti, huopa, matka-huopa, peitto ja torkkupeitto. Huovalla tarkoitetaan huovutettua villatuotetta, mutta myös kevyttä peitettä, kuten torkkupeitto, vaikkei se olisi villaa. Se voi olla tikattuja, kirjottuja, huovutettuja, vanutettuja, kudottuja tai neulottuja.

Haastattelun mukaan Finlaysonin torkkupeitot ovat suosittuja lahjoja muun muassa äitienpäiväksi tai jouluna sen ylellisyyden ja pehmeän, lämpimän merkityksen takia (Repo, 26.2.2016). Torkkupeitto on lahja, jota saajakin arvostaa (Harju, haastattelu 3.2.2016). Sisustuslehdissä torkkupeittoja esitellään usein viimeistelevänä tuotteena.

Ennen torkkupeittoja valmistettiin kotona, joko kutomalla tai neulomalla käsin. Nykyään teollisesti valmistetut torkkupeitot ovat yleisiä. Suomessa on edelleen monessa kodissa jonkin lähisukulaisen, äidin tai isoäidin valmistama torkkupeitto. Sellaiset kodintekstiilit ovat erityisen merkityksellisiä, kuten vaikka pöytäliinat tai verhot. (Kärnä-Behm 2011, 96.)



Kuva 6. Eri yritysten huopia Suomessa. Vasemmalta: Corona-huopa, 100 % villa, 130 x 170cm, Lapuankankurit (Lapuankankurit 2016). Ko-peekka-huopa, 48 & puuvilla, 36 % villa, 16 % polyamidi, koko 130-180 cm, Marimekko (Marimekko 2016). Siena-viltti, 100 % villa, 130x180 cm, Artek (Artek 2016). Ada-kohoneulottu huopa, 100 % akryylia, 130 x 170 cm, Hemtex (Hemtex 2016).

Suomessa torkkupeittoja myyvät Finlaysonin lisäksi useat tekstiiliyritykset. Niitä ovat muun muassa Artek, Hemtex, Lapuan kankurit ja Marimekko (Kuva 6). Materiaaleina on usein villaa, puuvillaa tai polyesteria tai niiden sekoitusta. Hintahaitari on noin kymmenestä eurosta kahteen sataan euroon. Hintaan vaikuttavat muun muassa materiaalit ja valmistusmaa.

3.2 Torkkupeitot Japanissa

Finlaysonin kuosit on lanseerattu Japanin markkinoille. Yrityksen kuosiin on tehty esimerkiksi keittiöastioita, vaatteita, vuodevaatteita, laukkuja, kirjoitustarvikkeita ja peittoja.

Japanissa varsinkin kuumina kesinä suositaan pyyhekankaasta tehtyjä puuvillaisia peittoja, joita sanotaan towelketiksi (towel + blanket). Käytössä on myös sideharsomaisia hyvin kevyitä peittoja. Puuvillaiset peitot ovat helpohoitoisia ja imevät hikeä. Peittovalikoimassa on villasta, sekoitekuidusta, silkistä ja pellavasekoitteesta valmistettuja peittoja. Kylmän talven aikana käytetään sähköllä lämmitettävään peittoja.



Kuva 7. Japanin markkinoilla olevat torkkupeitot vasemmalta: Towelket, Kuvio on Finlaysonin Elefantti-kuosi, 100 % puuvillaa, koko 140 x 190 cm, valmistettu Kiinassa, Nishikawa (Nishikawa sangyou 2016). Sähköllä toimiva huopa, 50 % polyesteri ja 50 % akryyli, koko 140 x 82 cm, Joshin (Joshin denki kabushikigaisha 2016). Towelket, 100 % puuvillaa, koko 140 x 190m cm, valmistettu Japanissa, Imabari Towel Japan (Imabari Towel Japan 2016). Villainen towelket, 67 % puuvillaa, 23 % villaa ja 10 % polyesteria, koko 140 x 190m cm, valmistettu Japanissa, Nishikawa (Nishikawa sangyou 2016).

Torkkupeittoja myy muun muassa yli 400 vuoden historian omaava ja suurimpiin vuodevaatevalmistajiin kuuluva Nishikawa sangyou. Valikoimassa on esimerkiksi tunnettujen design-yritysten kuosiin tehtyjä tuotteita, kuten Finlayson, Givenchy ja Sanders ja yksittäisten japanilaisten suunnittelijoiden kuosiin tehtyjä tuotteita. Towelketia valmistaa myös pyyhkeisiin yli 120 vuoden aikana erikoistunut Imabari Towel Japan. Sähköllä lämmitettäviä peittoja valmistavat myös kodinkoneyritykset. (Kuva 7.)

3.3 Torkkupeitot sisustuksessa

Torkkupeitot kuuluvat sisustustekstiileihin, kuten peitteet, verhot, matot, ja pöytäliinat. Kotona ja julkisissa tiloissa sisustustekstiilit liittyvät sekä tilojen käyttöön ja käytettävyyteen että ihmisen jokapäiväisiin toimintoihin, jolla on funktionaalisia ja esteettisiä ominaisuuksia. Sisustustekstiilit itse ovat esteettisiä kohteita ja samalla osa tilaa.

Torkkupeitto on selvästi käyttöesine. Sillä voi antaa väriä ja uutta ilmettä sohvaryhmään. Sisustustekstiilit tuovat tilaan pehmeyttä, mukavuutta ja ovat koskettaessa miellyttävän tuntuisia. Tekstiilillä voi vaihtaa kodin ilmettä suhteellisen helposti ja edullisesti. (Kärnä-Behm 2011, 94–95.) Sisustustekstiileistä lähinnä ihmisen ihoa ovat torkkupeitot.

3.4 Käyttö ja tarve



Kuva 8. Torkkupeitot sisustuksessa ja lämmikkeenä. (Kuvat yläriivi Urban Outfitters 2016., alarivi vasemmalta Nordstrom Rack 2016., Ralpflauren 2016.)

Useimmat torkkupeitot on valmistettu kutomalla, neulomalla tai huovutamalla. Ne ovat kevyitä, lämpimiä ja ilmavia.

Torkkupeittoon kääriydytään rauhoittumaan ja lämmittelemään kotona usein vähissä vaatteissa. Markkinoilla on erilaisista materiaaleista valmistettuja torkkupeittoja, mutta kuluttajat arvostavat luonnon materiaaleja. (Repo, haastattelu 26.2.2016.)

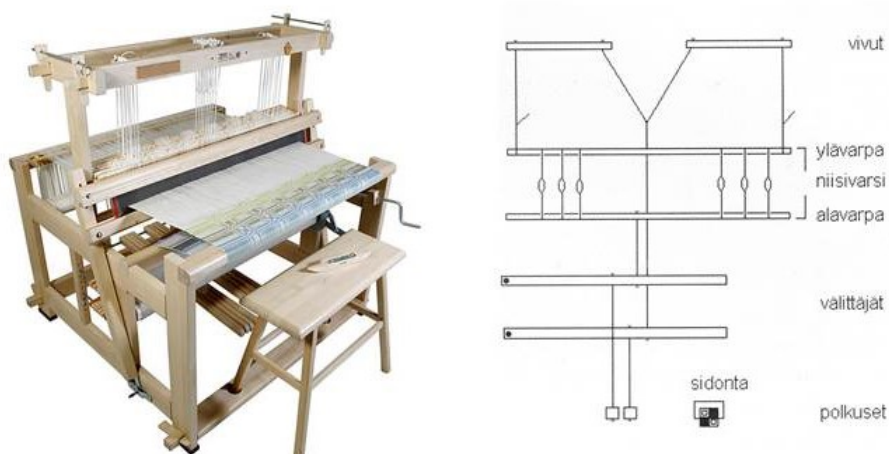
Torkkupeittoja pidetään sohvalla, tuolin päällä tai sängyn kulmalla, mistä ne ovat tarvittaessa helppo heittää olkapäille tai ottaa mukaan. Torkkupeitot ovat myös osa sisustusta. (Kuva 8.)

4 TEKNIKKANA KUDONTA

Torkkupeiton suunnittelussa kudontatekniikka määräytyy siten, että vaihtoehtoista piti poistaa neule ja jacquard-kutominen. Toisaalta kolmesta vaihtoehtoista vahvin tekniikka tekijälle on kudonta. Tämä projekti syventää ja kehittää tietoa ja taitoa. Vipukangaspuilla ja tietokoneavusteisilla kangaspuilla käsin kutominen on ennestään tuttua – samoin sekä teollisen tekstiilin suunnittelu ja valmistuttaminen Dornier-griefferikoneella että WeavePoint-ohjelmalla suunnittelu. Tässä projektissa voi hyödyntää monia tekniikoita.

Tämän projektin laatu näytteitä kudottiin vipukangaspuilla ja tietokoneavusteisilla kangaspuilla. Sidoksien suunnittelussa käytettiin kudottujen kankaiden suunnittelun WeavePoint-tietokoneohjelmaa.

4.1 Vipukangaspuut



Kuva 9. Vasemmalla: Vipukangaspuut (Toika 2016). Oikealla: Ensimmäisen niisivarren sidonta vipurakenteessa edestä katsottuna (Silpala 2002, 24).

Vipurakenteiset kangaspuut on mahdollisesti kehitetty Saksassa, josta Fredrika Wetterhoff osti 1890-luvun alussa työkouluunsa. Hän perusti vuonna 1893 kangaspuuverstaan, jossa niitä kehitettiin edelleen myyntiin. Vipukangaspuut levisivät koulusta valmistuneiden oppilaiden mukana kotimaahan ja ulkomaille. Suomi on kudonnan näkökulmasta harvinainen maa, kun käytetään melkein yksinomaan vipukangaspuita. (Silpala 2002, 11–12.)

Vipukangaspuiden koneistossa on vivut, ylä- ja alaniisivarret, ylä- ja alivälittäjät ja polkuset (Kuva 9). Vipukangaspuissa jokainen niisivarsi joko nousee tai laskee riippuen, kuinka niisivarret on sidottu polkusiin halutun sidoksen mukaisesti. Niisivarsi saadaan laskuun, kun ylävälittäjään sidottu alavarpa poljetaan alas. Kun taas alavälittäjään vipujen kautta keskinyörillä sidottu ylävarpa poljetaan alas, niisivarsi saadaan nostettua. (Silpala 2002, 24.)

4.2 Tietokoneavusteiset kangaspuut

Vuonna 1804 Joseph Marie Jacquard keksi automatisoidut vetonyöripuut, jacquard-puut. Myöhemmin kehittyi jacquard-puita yksinkertaisempi dobby-varsikone. Suomessa ensimmäinen käsinkudontaan tarkoitettu varsikone esiteltiin Helsingissä vuonna 1946. Sellainen ostettiin Wetterhoffin ammattikutomoon. Varpapuu alkoi valmistaa dobby-kangaspuita vuonna 1980 ja ensimmäiset tietokoneavusteiset kangaspuut vuonna 1986. (Silpala 2002, 34–35.) Useimmat tietokoneavusteiset kangaspuut perustuvat dobby-järjestelmään.



Kuva 10. Kuva omasta työpisteestä. Varpapuun tietokoneavusteiset kangaspuut ja tietokone, joka on liitetty kangaspuihin.

Laatunäytteitä kudottaessa uuden mallin rakentaminen vipukangaspuihin vei runsaasti aikaa, mutta tietokoneavusteiset kangaspuut helpottivat ongelmaa. Tietokoneavusteisilla kangaspuilla kuviovarsien nousu saatiin automatisoiduksi. HAMKissa on käytössä Varpapuun tietokoneavusteiset kangaspuut (Kuva 10).

Windows- ja Macintosh-käyttöjärjestelmissä toimivia kankaiden suunnitteluun tarkoitettuja tietokoneohjelmia on useita, kuten muun muassa ArahWeave, Pixeloom, Fiberworks PCW ja WeavePoint. HAMKissa on WeavePoint, joten on luonnollista käyttää projektissa tätä ohjelmaa.

4.3 Tekniikan hyvät ja haasteelliset puolet

Kuvioiden muodostamiseen kutomalla vaikuttavat sidokset ja materiaali. Lopputulokseen vaikuttavat materiaalit, lankojen kierteet ja niiden kierresuunta. Jos kutomista verrataan neuleeseen tai jacquardiin, kutomalla ei voi valmistaa vapaita isoja kuvioita. Kutomalla saadaan toistuvia kuvioita tai struktuuria. Langat voivat olla eri paksuisia ja eri materiaaleja. Niitä voi sekoittaa niiden erilaisten käyttäytymistapojen hyödyntämiseksi. Sidoksia, materiaalia ja viimeistysmahdollisuuksia yhdistämällä kankaiden suunnittelumahdollisuudet ovat loputtomat. Tässä projektissa pyritään hyödyntämään näitä mahdollisuuksia.

Teolliset kutomakoneet ovat käsinkudottaviin kangaspuihin verrattuna järeitä. Jos ajatellaan teollista valmistusta, on otettava huomioon kutomakoneiden vaatimukset.

5 KÄSITTEELLISET AVAINSANAT

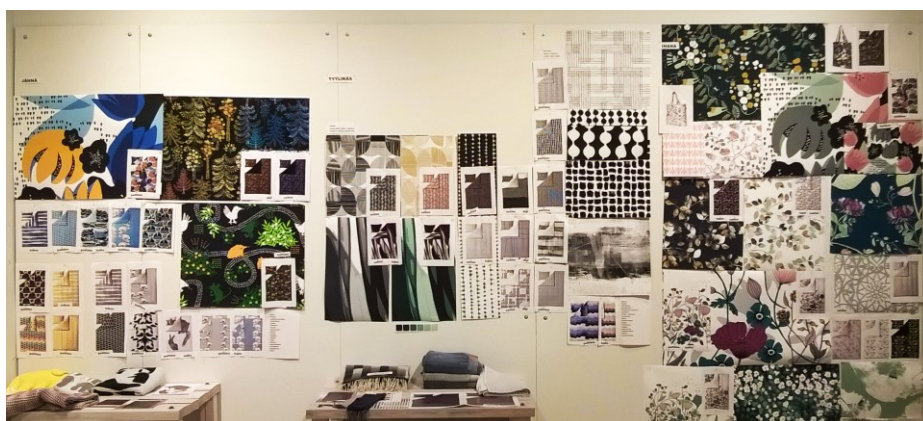
Käsitteelliset avainsanat ovat Finlaysonin visuaaliset konseptit jännä, ihana ja tyylikäs. Yrityksen arvoja ovat rohkea, luova ja ennakkoluuloton ja Pesosen haastattelusta muodostunut sana ”pysäyttävä”. Tavoitteena on luoda ”pysäyttävä” tuote.

Italialainen kirjailija ja semiotiikan professori Umberto Eco (1932–2016) toteaa kirjassaan (2008, 12–14), että se, mitä pidetään kauniina, riippuu aikakaudesta ja kulttuurista. Tässä luvussa käsitellään nämä käsitteelliset sanat ja määritellään kodintekstiiliyrittäjä Finlaysonin käsityksen mukaisesti.

5.1 Visuaaliset konseptit

Finlaysonin kausimallisto perustuu visuaaliseen konseptiin, jossa on kolme osittain toisistaan erottuvaa ja osittain toisiaan tukevaa tyyliä, joiden oletetaan vastaavan kuluttajien spontaaneita reaktioita. Ne ovat ”Aiku ihana”, ”Voiku tyylikäs” ja ”Huiku jännä”, tai voidaan kutsua niitä lyhyesti ihanaksi, tyylikkääksi ja jännäksi. Konseptit perustuvat Finlaysonin yli 1000 kuluttajan tutkimusvastauksiin. Tutkimuksessa testattiin, mitä konseptia suomalaiset pitivät parhaana. Tulokseen vastanneista 51 % tunsu ihanan lähimmäksi, 25 % jännän ja 24 % tyylikkään. (Hilpas, sähköposti 27.10.2016.)

Visuaaliset konseptit auttavat asiakkaita löytämään omia mieltymyksiään (Repo, haastattelu 26.2.2016). Nämä Finlaysonin konseptit eivät olleet aivan selviä tekijälle alussa. Skotlantilainen filosofi David Hume (1711–1776) sanoi 250 vuotta sitten (Reiners, Seppä & Vuorinen 2009, 278), että makuja ja mielipiteitä on niin erilaista maailmassa. Kulttuurit vaikuttavat vahvasti makumieltymyksiin. (Kuva 11.)



Kuva 11. Finlaysonin ateljeesta. Kuosiehdotukset ja väri vaihtoehtot on jaettu tyylikategorioiden mukaisesti ateljeen päätyseinässä. Visuaaliset konseptit ovat vasemmalta jännä, tyylikäs ja ihana. Kuvassa on vain osa seinästä.

Ihmiset pitävät luonnollisesti kaikenlaisesta kauniista. Kuten antiikin kreikkalainen filosofi Plotinos (204/205–270) toteaa, kauneus on sama kuin hyvä (Reiners, Seppä & Vuorinen 2009, 85). Kaunis on laaja käsite. Samoin kuin suloinen, ihana, erinomainen, ihmeellinen ja muut vastaavat ilmaisut, kuten tyylikäs ja tietyin lisäyksiin jännä, ovat adjektiiveja, joita käytämme usein jostakin miellyttävästä (Eco 2008, 8). Kauneus ei koskaan ole abso-luuttista ja muuttumatonta.

5.1.1 Jännä

Jännä-konseptissa seikkailevat usein eläimet, jotka voivat olla viitteellisiä tai kuvitteellisia luontokappaleita ja kuosit kertovat tarinoita. Värit voivat olla voimakkaita, yllättäviä ja viestiä elämän iloa. Jos tuotteissa ei ole painokuvioita, jännittäviä voivat olla materiaalit tai värit. (Hilpas, sähköposti 27.10.2016.)

Sanoja jännästä: ”taustatarina” (esimerkiksi suomalainen metsästä), ”yllätyksellisyys”, ”tehosteväri”, ”juju” (Pesonen, keskustelu 24.5.2016.). (Kuva 12.)



Kuva 12. Finlaysonin Jänä-konseptin kuosilla painetut pussilakanasetit. Kuosien nimet ylärivillä vasemmalta: Otso, Ajatus ja Vaarallinen juhannus. Alarivi vasemmalta: Kirsu väri vaihtoehtoinen ja Ajatus. (Finlayson 2016.)

5.1.2 Ihana

Ihana-konseptissa kuosit ovat pääasiallisesti kukka-aiheisia. Finlayson on valmistanut sekä esittäviä että abstrakteja kukkakuoseja jo kahden sadan vuoden ajan. Niiden värit ovat herkkiä, romanttisia ja raikkaita kuin itse luonto. Ihana-konseptin tuotteissa on romanttisuutta, kodikkuutta ja herkkyyttä. Jos tuotteissa ei ole kukkia, ne viestivät ihanuutta väreillään ja materiaaleillaan. (Hilpas, sähköposti 27.10.2016.)

Sanoja Ihanasta: ”kodikkuus”, ”lämpö”, ”söpöys”, ”kotoisuus” ja ”lutuilu”, ”tulee hyvä mieli”, ”tuo kodin lämpöä”, ”mummolan tunnelmaa”, ”keittiön tuoksua”, ”käsityöläisyys”, ”pirtanauhan peruskuviot”, ”raanu”, ”villasukka”, ”poppa” (Pesonen, keskustelu 24.5.2016). Kauniin käsitteeseen kuuluu se, joka tekee hyvää, ihailtavaa ja rakastettavaa. (Kuva 13.)

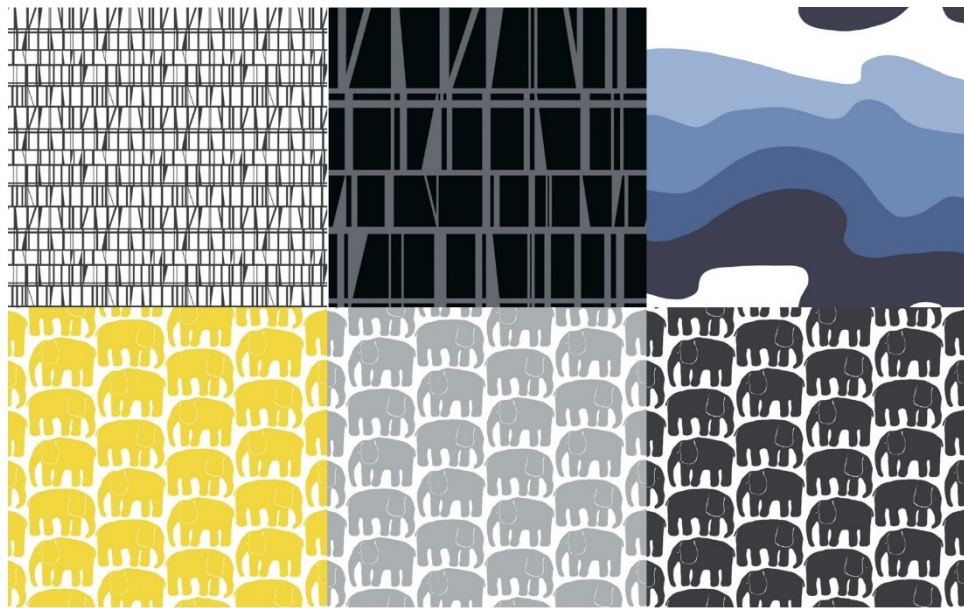


Kuva 13. Finlaysonin Ihana-konseptiin kuuluvat kuosit esimerkiksi. Nimet ylhäältä vasemmalta: Reina, Taimi ja Valmu. Alhaalta vasemmalta: Niittypolku ja Magnolia. (Finlayson 2016.)

5.1.3 Tyylikäs

Tyylikäs-konseptissa muotokieli on voimakkaan graafinen ja harvemmin esittävä. Suuret kuviot ovat tunnusomaisia tälle konseptille. Värimaailma on mustavalkoinen tai voimakas. Jos tuotteissa ei ole painokuoseja, ne ovat selkeitä, yksivärisiä ja usein mustavalkoisia. Tyylikäs-konseptin juuret ulottuvat 50-, 60- ja 70-luvulle, jolloin skandinaavinen tekstiilisuunnittelu eli kulta-aikansa. (Hilpas, sähköposti 27.10.2016.)

Sanoja tyylikkäästä: ”hienovarainen hienovaraisella otteella”, ”simpli”, ”luottaa johonkin asiaan”, ”ihana tuntu” (Pesonen, keskustelu 24.5.2016). (Kuva 14.)



Kuva 14. Finlaysonin Tyylikäs-konseptiin kuuluvat kuosit esimerkkinä. Kuosien nimet ylhäältä vasemmalta Coronna värivaihtoehtoi-neen ja Aalto. Alhaalla on Elefantti-kuosit eri värivaihtoehtoilla. (Finlayson 2016.)

5.2 Arvo – rohkea, luova ja ennakkoluuloton

Sanan rohkea synonyymi ovat muun muassa ennakkoluuloton, omaperäinen, pelkäämätön, peloton, päättäväinen, räväkkä, suora, uljas, urhea, uskalias, vapaa ja välitön (Rohkea 2015). Sanan luova synonyymejä ovat innovatiivinen ja taiteellinen (Luova 2015). Sanan ennakkoluuloton taas ovat avaramielinen, peloton, rohkea, suvaitsevainen, vapaamielinen ja ymmärtäväinen (Ennakkoluuloton 2015). Rohkea, luova ja ennakkoluuloton yritys ottaa toiminnallaan ja tuotteillaan kantaa asioihin, eikä vain tavoittele huomiota. Rohkealla, luovalla ja ennakkoluulottomalla toiminnalla ei mennä valtavirran mukaan, se rikkoo aikansa tavanomaisuuksia ja näyttää tulevaisuuden suuntaa.

Finlayson lanseerasi Tom of Finlandin kuosit vuonna 2014. Tutkiessaan yrityksen vanhoja arvoja Finlaysonin uudet omistajat ovat löytäneet myös suvaitsevaisuuden. Tämän takia yrityksessä lanseerattiin Tom of Finland, jotta tämän arvon saisi siirretyksi nykyaikaan. (Kuva 15.) Tom of Finlandin viesti on, että kaikilla on oikeus rakastaa tosiaan ja mennä naimisiin keskenään. Tuote ottaa kantaa suvaitsevaisuuteen. Tom of Finlandin lanseeraaminen oli uudelta Finlaysonilta manifestimaisesti. Yritys on sen jälkeen tuonut esille myös vastuukysymyksiä ja on saanut huomiota kantaa ottavasta toiminnastaan.



Kuva 15. Osa Tom of Finlandin tuotevalikoimasta (Finlayson 2016).

Tom of Finlandin tuotteet ovat saaneet myös negatiivista kritiikkiä, kuten Facebookiin perustettu boikottiryhmä. Yrityksen johdon vastaus tähän oli, ettei kannata pelätä turhaan negatiivista kommenttia, vaan viedään yrityksen aito viesti kuluttajille (Niipola 2015, Kauppalehti 15.9.2015, D1).

5.2.1 Kuvataiteessa ja muotoilussa

Rohkeat, luovat ja ennakkoluulottomat taideteokset ja muotoilut ovat usein kokeilevia ja rikkovat aikansa vakiintuneita suuntauksia. Ne nostavat esiin piileviä tai näkyviä asioita kuvan, sommittelun tai toiminnan kautta. Asiat ulottuvat ihmisten tajuntaan ja arkeen.

Gloaalimaailmassa yhä yhtenäisemmäksi tulleeseen muotoiluun halutaan tuoda uusia markkinoita. Tuote ei ole enää funktionalinen ja kaunis esine, vaan siihen halutaan sisällyttää muutakin, esimerkiksi vastuullisuutta tai taiteellisuutta. Kuvataiteessa ja muotoilussa arvostetaan yhä enemmän paikallisuutta, mutta samalla megatrendiin liittyviä teemoja käsittelevät teokset ja tuotteet saavat maailmanlaajuisen huomion.



Kuva 16. Yayoi Kusaman ja Luis Vuittonin yhteistyöllä tuotetut tuotteet (Vogue 2016).

Tällä hetkellä yksi kansainvälisesti puhutuimmista taiteilijoista on japanilainen Yayoi Kusama (s.1929). Taiteilija on tunnettu täpläteoksista. Hän on toiminut taiteen ja muotoilun rajojen yli. Täpläkuviot näkyvät taiteilijan teoksissa kuin myös tunnettujen muotitalojen kanssa yhteistyönä tehdyissä tuotteissa (Kuva 16).

Teoksissa täplä symboloi sekä maailman ja elämän voimaa kuvaavaa aurinkoa että rauhallista ja pehmeää kuuta. Useampi täplä yhdessä kuvaa yhteisöllisyyttä. Ne symboloivat myös maapalloa miljoonien tähtien kosmosessa ja samalla äärettömyyttä. (Hoptman, Tatehara & Kultermann 2000, 124–137). Polka-installaatiossa katsoja pääsee täplämaailman sisään. Peittymällä täpliin päästään osalliseksi ikuisuudesta ja rakkaudesta (Kuva 17). Kusaman teoksissa on myös viestejä. Hänelle taiteen teko on intohimon kohde ja samalla se toimii terapiana. Hän käsittelee taiteella lapsuuden traumaattisia kokemuksia, ylittää pakkomielleiset neuroosikohtaukset ja torjuu kuolemaa. Taiteilija on kiinnostunut kansainvälisistä ongelmista, kuten sodasta ja pakolaisista (Hoptman yms. 2000, 140–141).



Kuva 17. Polka-installaatio.

5.3 Pysäyttävä

Tietoja valuu joka päivä eri suunnilta. Erilaiset asiat pysäyttävät ihmisiä eri tasoissa. Ihmiset kokevat asioita yksilöllisesti. Ihmisiä pysäyttävät sekä negatiiviset että positiiviset asiat, kuten uutiset terrori-iskusta, uutiset maailman kuulun muusikon konsertista, rakkaan hymy, ilouutiset, uudet keksinnöt ja niin edelleen. Tässä pyritään suunnittelemaan positiivisella tavalla pysäyttävää torkkupeittoa.

Tämän projektin sanan ”pysäyttävä” määrittelyyn sopisi Plotinoksen määrittely kauneudesta: Se pysäyttää katsojan ja puhuttaa kuin jo tuntemastaan, jonka se vastaanottaa kuin tuttunsa ja jonka kanssa virittyy ikään kuin yhteissointiin. Kun sielu näkee jotain itsensä sukuista, se ilahtuu ja hämmästyttää, vetäytyy itseensä, muistaa minuutensa ja itselleen kuuluvat asiat. (Reiners yms. 2008, 80.)

Pysäyttävässä tuotteessa on jokin ominaisuus, joka ilahduttaa ja hämmästyttää ihmisiä. Silti se saisi samastumaan, kuten vanhat kauniit muistot, tai heijastaisi katsojan omia arvoja. Se kutsuu asiakasta luokseen jo kaukaa. Pysäyttävä on tuote, joka saa ihmisen lopettamaan liikkumisen tai muun toiminnan ja ajatuksen hetkeksi. Se ohjaa aiheeseen sinänsä. Sen pitäisi olla haluttava.

6 SUUNNITTELU

Tässä luvussa käsitellään suunnittelun eri vaiheet ja kuvataan työn eteneminen. Tähän mennessä on valittu toteutustekniikka ja kerätty tietoja torkkupeitosta. Käsitteellisten sanojen määrittely tapahtui osittain yhtä aikaa kuin suunnittelutyö.

Koko suunnitteluvaihe jakautuu kolmeen osaan. Ensimmäisessä osassa kerätään tarvittavia tietoja. Toisessa aletaan suunnitella ja valmistaa laatu näytteitä. Kolmannessa on jatkotyöstä ja projektin loppuun käsittelyä.

6.1 Ensimmäinen osa

Ensimmäisessä osassa kerrotaan suunnittelun tausta-aineiston selvittelystä, johon kuuluvat haastattelu, kohderyhmän määrittely, trendin merkitysten pohdinta ja materiaalin valinta.

6.1.1 Haastattelut

Jotta saataisiin ladatuksi suunniteltaviin torkkupeittoihin käyttäjien toiveet mieltymykset ja toimintatavat, ne pitää ensin tietää (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen 2003, 15). Myymälän henkilökunta kuulee asiakkaiden kommentteja ja toiveita. Tuotteiden asiantuntijoina heille on kertynyt näkemyksiä, kokemuksia ja taustatietoja väreistä, tyyleistä, aiheista, hinnoista ja materiaaleista. He myös tuntevat asiakkaita ja heidän käyttäytymistään, mitä tietoa ei välttämättä saisi haastatteleamalla yksittäisiä asiakkaita. (Huotari yms. 2003, 25–26).

Haastateltavat valittiin Forssan tehtaanmyymälästä, Helsingin Espan myymälästä ja Hyvinkään Pop-Up -myymälästä. Näin saatiin tietoa pääkaupungista ja pienemmiltä paikkakunnilta. Haastateltavina olivat myymäläpäällikkö, vastuumyyjä, pitkäaikainen myyjä ja myyjä, joilta saatiin tietoja eri näkökulmista. Kaupoissa on erilainen asiakaskunta. Helsingin Espan myymälässä käy muihin verrattuna huomattavasti enemmän turistiasiakkaita ja ulkomaalaisia. Forssan tehtaanmyymälässä käyvät asiakkaat ovat enimmäkseen paikkakunnalta ja lähiseudulta. Hyvinkään Pop-Up oli pystytetty joulusesongin ajaksi ja loppui tammikuun alennusmyyntien jälkeen. Haastateltaville kerrottiin alussa pyrkimyksistä ja sovittiin aika haastattelulle (Huotari yms. 2003, 23).

Ennen haastattelua laadittiin teemojen mukaisia kysymyksiä. Sisällössä olivat kysymykset yleisessä tasossa ja sitten kohdistettuina turistiasiakkaisiin, miesasiakkaisiin ja torkkupeittoihin.

Yleisellä tasolla haastateltiin asiakkaiden suhtautumista yrityksen tuotteiden väreihin ja kuosien aiheisiin. Edelleen kysyttiin toivomuksia ja mielipiteitä tuotteista. Turistien osalta tutkittiin, mistä maasta he ovat ja kuinka paljon heitä on suhteessa syntyperäisiin asukkaisiin sekä heidän mieltymyksiä.

myksiään tuotteiden väreistä, aiheista ja itse tuotteista. Haluttiin myös selvittää, onko mieltymyksissä eroja syntyperäisiin asukkaisiin nähden. Turistiasiakkaista haastateltiin myös heidän suhtautumistaan hintatasoon ja toivomuksiaan, jos myyjät ovat sellaisista kuulleet. Miesasiakkaista haastateltiin, käyvätkö he kaupassa ja minkä ikäisiä he ovat, mitä ja kenelle ostavat ja mitä toivovat. Torkkupeiton osalta yritettiin saada tietoa asiakkaiden suhtautumisesta valikoimiin, hintoihin, materiaaleihin, sekä asiakkaiden toivomuksia ja mielipiteitä. (Liite 1.)

Haastattelussa pyrittiin jutustelemaan vapaasti vähemmän tunnettujen ja tiedostettujen asioiden selvittämiseksi. Haastattelussa on tehty muistiinpanoja. (Huotari yms. 20013, 28–30.)

6.1.2 Haastattelun tulos

Haastattelun tulos yleisesti oli, että asiakkaat toivovat enemmän värejä, vaikka ostetaankin valkoista, mustaa ja harmaata. On muistettava, että värimieltymykset muuttuvat vuodenaikojen mukaan. Talvella suositaan tummempaa ja kesällä vaaleaa. Asiaan vaikuttavat myös kuusin aiheet. Usein ostetaan miehille tummempia ja lapsille värikkäämpiä. Naiset pitävät pastellisävyyistä. Nuoret pitävät eläin-, Muumi- ja Tom of Finland -kuoseista. Valikoimaan toivotaan myös pienikuvioisia ja yksivärisiä pussilakanoita ja verhoja. Suomalaiset pitävät selkeistä kuoseista. Kaupasta löytyy eri-ikäisille miehille ja naisille sopivia tuotteita. Visuaaliset konseptit ovat auttaneet tavoittamaan mahdollisimman laajan asiakaskunnan. Finlaysonin pitkä historia vaikuttaa niin, että asiakkailla on oma suhtautuminen yrityksen tuotteisiin ja kuoseihin. Vanhemmilla asiakkailla on erilaisia muistoja kuoseista. Asiakkailla on vahva luotto Finlaysonin tuotteiden laatuun, kestävyys ja itse yritykseen. He ovat kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä.

Turistiasiakkaiden määrä riippuu paikkakunnista ja vuodenaajoista. Espan myymälässä käy paljon ulkomaalaisia turistiasiakkaita, mutta pienemmillä paikkakunnilla vähän. Forssassa käydään bussilasteittain muilta paikkakunnilta. Yleisesti ulkomaalaiset turistiasiakkaat ostavat edullisempia ja kevyempiä tuotteita, mutta muuten ostetaan keittiöpyyhkeistä pussilakanoihin. Muumi-pyyhkeitä ostavat niin ulkomailla kuin suomessa asuvat turistit.

Finlaysonin myymälässä miesasiakkaat käyvät ostoksilla yksin, naisen kanssa tai äidin kanssa. He ovat iältään yli 20-vuotiaita. Miehet uskaltavat ostaa erottuvampia tuotteita ja ovat rohkeita kokeilemaan uutta. Heidän värimieltymyksiään ovat sininen tai tummat värit. Nuoret miehet ovat kiinnostuneita sisustamisesta. Tom of Finland -tuotteita tulevat varta vasten ostamaan yhtä hyvin miehet kuin naiset.

Huopien ja torkkupeittojen kohdalla pidetään luonnon materiaaleista. Polyesteri kyseenalaistaan. Valikoimiin toivotaan värikkyyttä, eri sidoksia ja eri väri vaihtoehtoja. Huopia ja torkkupeittoja ostetaan lahjaksi.

6.1.3 Kohderyhmä

Haastattelussa kävi ilmi, että Finlaysonin myymälöissä myös miesasiakkaat käyvät luonnollisesti ostoksilla (Kujanpää, haastattelu 3.2.2016). Nuorille tarkoitettuja kuoseja on kiiteltä (Harju, haastattelu 3.2.2016). Nuoremmat miesasiakkaat ovat kiinnostuneita sisustuksesta ja kokeilevat rohkeammin uusia kuoseja (Laitala, 25.2.2016). Torkkupeittoja ostetaan myös lahjaksi, muun muassa äitienpäivä- ja joululahjaksi. Finlaysonin valikoimista löytyy jotain kaikille kävijöille. Finlaysonin visuaaliset konseptit jännä, ihana ja tyylikäs auttavat eri asiakasryhmiä löytämään mieleisensä tuotteen. (Repo, haastattelu 26.2.2016).

6.1.4 Trendin merkitys suunnittelijalle

Trendi kuvaa pitkän aikavälin kehityssuuntaa. Vaihtelevat muutokset eivät näy, mutta pysyvät muutokset näkyvät trendissä. (Tilastokeskus n.d.)

Trendit peilaavat ajan arvoja, joiden seuraaminen antaa ihmisille välineitä tulkita ympäristöä ja tavoitteita osana sitä. Trendit ovat osa ajankohtaista markkinaintuitiota ja näiden avulla voidaan ohjata toimintaa. Trendin kehitykseen kuuluu niiden luoja, omaksujia, hyväksyjä, seuraajia ja ne, jotka kieltäytyvät. Jokainen on luomassa tulevaa maailmankuvaa. Asiakaslähtöisessä suunnittelutyössä trendin seuraaminen on tärkeää, kun sillä säilytetään ote markkinoista. (Merisalo, 2012, 11–13.)

Yritys, joka seuraa, haastaa ja luo trendejä, pystyy säilyttämään otteen markkinoista. Pitämällä otteen markkinoista, yritys voi tarjota uutta tuotteita tai toiminatamallia riittävän tutussa asiayhteydessä. Saavutettuun menestykseen tuudittautuminen taas on vaarallista, sillä vaihtelua rakastavat kuluttajat aikovat kokea hyvätkin tuotteet tai toimintamallit tylsiksi. (Merisalo, 2012, 13–19.) Trendin seuraaminen antaa suunnittelijalle mahdollisuuden suunnitella rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti. Jos trendejä ei oteta huomioon, suunniteltu työ tai konsepti ei välttämättä palvele asiakasta parhaalla mahdollisella tavalla.

Merisalon kirjassaan (2012, 20) mainitsevat trendit näyttävät pitävän paikkansa tänä päivänäkin. Trendit ovat teknologia, kaupunkikehitys, romanttinen tunnemaailma ja ihmiskäsitys sekä luonnon arvostus. Nämä suunnat tasapainoilevat sosiaalisten vetovoimatekijöiden kanssa, joita ovat itseys, yhteisöllisyys ja globalisoituminen. tässä lopputyössä suunnitellut torkkupeitot vastaavat samoja trendejä – kaupunkikehitys, romanttinen tunnemaailma ja luonnon arvostus Finlaysonin visuaalisen konseptin tyylikkäässä, ihanassa ja jännässä.

6.1.5 Materiaalin valinta

Yleisin torkkupeiton materiaali on villa. Tämä on tekstiiliominaisuuksiltaan pehmeä ja lämmin, hyvin kosteutta imevä. Villa on lämpöä eristävä, hengittävä, osittain vettä hylkivä. (Boncamper 2011, 176–178.) Näiden ominai-

suuksien vuoksi villa sopii torkkupeiton materiaaliksi. Villan muut ominaisuudet, kuten alhainen lujuus, heikko UV-valon kesto ja sähkönjohtokyky eivät ole haitaksi torkkupeitossa (Boncamper 2011, 176–178).

Villan ja puuvillan tai selluloosan sekoitukset ovat myös mahdollisia. Ne lisäävät lujuutta, hankauksen kestoa ja kosteuden imukykyä, ja voivat alen-
taa hintaa. Markkinoilla on villan ja tekokuitujen sekoitteesta valmistettuja torkkupeittoja. Finlaysonilla käytetään pääasiallisesti luonnon kuitua (Pesonen, haastattelu 13.11.2015). Tässä projektissa pyritään valmistamaan torkkupeittoja sekä 100 % villasta että villan ja puuvillan sekoituksesta.

6.2 Toinen osa

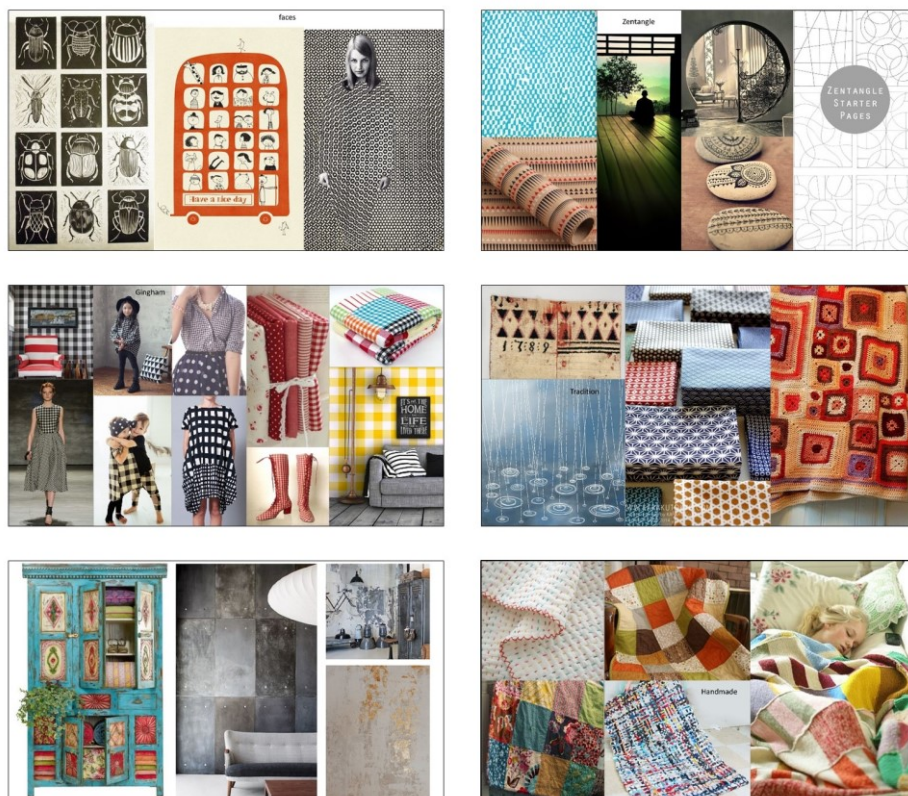
Torkkupeittojen suunnittelussa tekijän omana lähtökohtana oli ”kosketus”. Suunnitellut torkkupeitot houkuttelisivat ihmisiä koskettamaan ja tuntemaan niiden kautta lämpöä, tunteita ja muistoja. Ne saisivat huomaa-
maan ja pysäyttäisivät asiakkaan kaukaakin. Pyrkimyksenä oli saada erilaisia pintoja, joissa hyödynnettiin haastattelun tuloksia. Torkkupeittoon toivottiin värikkyyttä, sopivuutta nuorille ja puuvillan ja villan sekoitusta. Tässä osassa käsitellään suunnittelun vaiheet ennen ensimmäistä tapaa-
mistaa ja kuvataan laatuäytteiden valmistusvaiheet. Ensimmäinen tapaa-
minen pidettiin Finlaysonin ateljeessa. Tämä osa loppuu kokoamalla sen seuraukset.

Ensin poimittiin kuusi aihetta, joista suunnittelu lähti. Uudelleen pohtimisen jälkeen niistä valikoitui aiheiksi kolme sanaa, joiden perusteella edet-
tiin.

6.2.1 Lähtökohdat

Ensimmäiseksi poimittiin kuusi aihetta, jotka nousivat esille ilmiöitä tarkis-
taessa. Sanat ovat kasvot, zentangle, gingham, perinne, rapattu pinta ja käsityö. Sitten koottiin aiheesta kuvia, jotta päästäisiin muotoilemaan niistä torkkupeittoa. (Kuva 18). Tässä vaiheessa visuaalisen konseptin liit-
täminen aiheeseen tuntui vielä epäselvältä ja haastavalta.

Kasvo-aihe on tullut esille, kun sosiaalisessa mediassa voidaan olla yhtey-
dessä monien kanssa niin kätevästi. Samalla ihminen kaipaisi henkilökohtaista yhteyttä. Zentangle on abstraktinen toistuva piirustus, jossa on yllä-
tyksellisiä yksityiskohtia, rentoja viivoja ja hauskoja pieniä ideoita. Zentangle-kuvan suunnattomuus on torkkupeiton kannalta hyvä asia. Gingham on perusrudusta muodostunut kuvio, jolla on eri maissa eri
nimi. Tätä on käytetty kuosina yli sata vuotta. Ginghamin viesti on yksin-
kertainen, vakuuttava ja ajaton. Perinne tai paikallisuus arvoina korostuvat
globaalimaailmassa. Vanhat rapatut pinnat ovat eläviä ja kertovat mennei-
syydestä. Teollistuminen on vähitellen hävittänyt käsityötaidot. Vaikka
tässä valmistetaan teollisesti kudottavaa torkkupeittoa, siihen on tarkoitus
saada käsityön tunnelma.



Kuva 18. Ensimmäiset kuvailut poimituista aiheista. Vasemmalta ylhäältä kasvot, zentangle, gingham, perinne, rapattu pinta ja käsityö. Kuakin oikea koko on A3.

6.2.2 Ensimmäiset laatunäytteet vipukangaspuilla

Seuraavaksi valittiin muutamat kudonta- ja sidosmallit kankaankudonnan kirjasta. Kudontamallit olivat sisustuskangas-, kaitaliina-, vaatetuskangas-, lautasliina- ja pyyheliinamalleja. Sidosmallit olivat perinteisiä, kuten taa-lainsidos, kanavasidos, nastallinen, kudekuviollinen ja pitsisidos. Mallit olivat käsin kudottaviksi tarkoitettuja.

Vipukangaspuilla käsin kudottaessa hankalaa oli se, että kun kuvio muuttuu, joudutaan muuttamaan niisintää ja sidoksia, mihin meni useita tunteja. Tällä tavalla kudottiin ensimmäiset muutama metriä laatunäytteitä. Laatunäytteiden teossa otettiin huomioon kankaan molemmin puoleisuus (Kuva 19 ja 20).



Kuva 19. Osa vipukangaspuilla kudotusta laatu­näytteestä. Kuvassa laatu­näytteet ovat pareittain, jotka näyttävät kankaan molempia puolia.



Kuva 20. Osa vipukangaspuilla kudotusta molemminpuolisesta laatu­näytteestä.

Mieleen nousi, ettei tässä projektissa pyritä hakemaan samaa sidosta tai mallia, kuin käsityökirjassa. Tarkoituksena oli suunnitella oma sidosmalli tai väri­vaihtoehdot. Kangaspuut vaihdettiin vipukangaspuista tietokoneavusteisiin kangaspuihin. Tietokoneavusteisilla kangaspuilla loimet rakennettiin Tekstiiliverstaan vakioloimen mukaisesti. Loimen rakentamisessa, lankalaadussa, tiheyksissä ja niisintäohjeissa oli loputtomasti mahdollisuuksia. Niistä jotain oli valittava. Tekstiiliverstaan vakioloimet olivat tuttuja koulutuksen perusteella. Toimeksiantaja ei ole määrännyt tekniikoita eikä teknisiä yksityiskohtia, vaan voi löytää suunnitelmaan sopivan valmistajan (Pesonen, haastattelu, 13.11.2015).

6.2.3 Laatunäytteet tietokoneavusteisilla kangaspuilla

Tietokoneavusteisilla kangaspuilla kutominen helpotti huomattavasti erilaisten sidosten ja kuvioden kokeilua. Niillä ei tarvitse itse muuttaa niisintää eikä polkusia joka kerta. Tämä antoi paljon lisämahdollisuuksia suunnitteluun. Samalla pyrkimyksen suunta alkoi hahmottua vähän paremmin.

Uudelleenarvioinnin jälkeen esiin nousivat uudet aiheet – mansikkaheinä, gingham ja aalto. Edellisistä aiheista gingham, zentangle ja kasvot muuttuivat ginghamiksi, perinne ja käsityö mansikkaheinäksi ja rapattu pinta aalloksi. Aiheeseen liittyvät asiat koottiin yhteen moodboardiksi. Tässä vaiheessa ei vielä näkynyt, mitkä aiheet sopisivat visuaaliseen konseptiin. Jälkeenpäin ajateltuna valitut aiheet olivat selvästi konsepteihin sopivia – gingham jännään, mansikkaheinä ihanaan ja aalto tyylikkääseen.



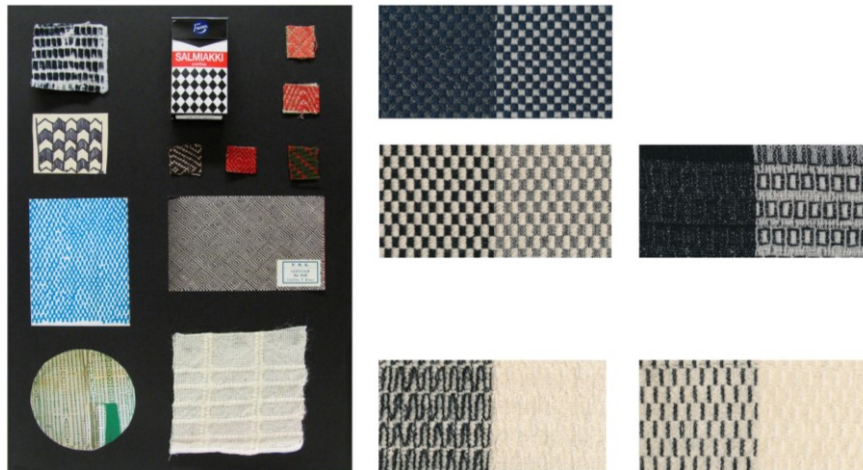
Kuva 21. Tietokoneavusteisiin kangaspuihin rakennettu mustat ja valkoiset loimet.

Laatunäytteiden koekudontaa varten rakennettiin loimet Tekstiiliverstaan vakioloimen mukaisesti. Loimet rakennettiin siten, että koko loimen leveydestä vasen puoli oli mustaa ja oikea valkoista (Kuva 21). Näin voitiin kokeilla yhtä aikaa valkoiseen ja mustaan, ja valita niistä myöhemmin.

Loimilangat ovat Sveitsiläisen tekstiilivalmistaja Schoellerin lankoja. Laadun nimi on Sport Loden. Langat ovat tex 36 x 2, valkoista ja mustaa 100 % villalankaa. Loimen tiheys on 12 ja niisintä suora. Kudelankoina projektissa on käytetty erilaisia lankoja. Kudontatiheys vaihtelee laatunäytteittäin.

Tekstiiliverstas on AL-Monityön teollinen kutomo Hämeenlinnassa. Tekstiiliverstaalla kudotaan tilauskankaita asiakkaille (TaTe-Team / AL-Monityö 2016). AL-Monityöllä on saksalainen Dornier-kutomakone.

6.2.4 Aiheena gingham



Kuva 22. Moodboard ja osa Gingham-aiheeseen tehdyistä laatinäytteistä. Vasemmalla: Moodboard, koko A3. Oikealla laatinäytteet. Laatinäytteestä yläpuolella kolme kappaletta molemmin puoleiset ja alhaalla kaksi kappaletta molemmat puolet samasta näytteestä.

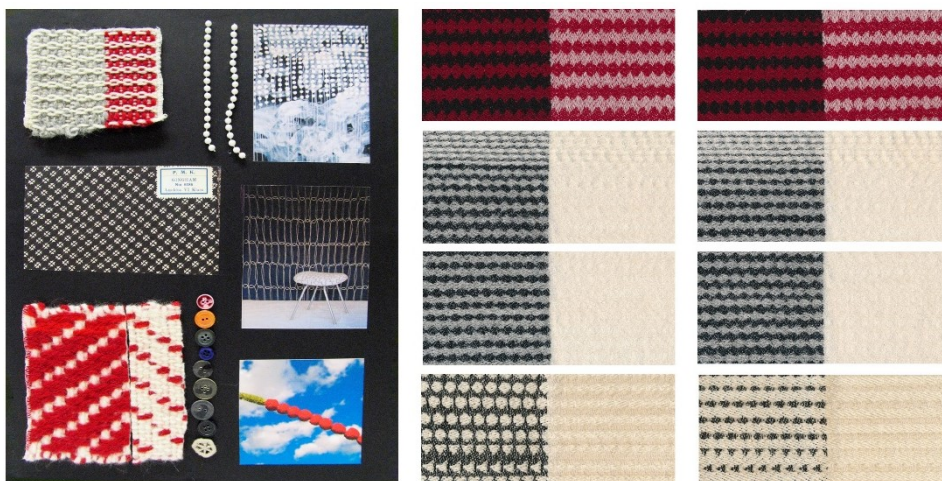
Globaali- ja kansainvälisyys sanojen rinnalle nousi paikallisuus ja kansankulttuuri. Oman identiteetin pohtiminen ja paikalliset kulttuurit ovat tulleet merkityksellisemmiksi globaalimaailmassa. Päätettiin suunnitella torkkupeitto gingham-aiheesta.

Ginghamin nimelle on erilaisia selityksiä, kuten englantilaisen Brittanyn Quingannpin kaupunki ja malaijinkielen sana Gingham. Suomessa ginghamia kutsuttiin kinkhamiksi ja Ranskassa puuvillakankaiden päätuotantopaikan mukaan vichy. (Järvenpää 2004, 9–17.) Japanissa sitä kutsutaan ginghamuchekkuksi. Gingham on laajalti maailmassa tunnettu kuosi, jonka erinäiset väritykset mielletään jossain jopa kansallisesti perinteisiksi kuvioiksi. Forssan museossa on erittäin laaja Finlayson-Forssan tehtaiden tekstiilikokoelma ja siellä on myös laaja gingham-kokoelma. Gingham on yleensä palttinasidoksinen ja joko ruudullinen tai raidallinen viimeiestämätön puuvillakangas, mutta arkistossa on lisäksi sidoksellisia ruutu- ja raitakankaita puuvillasta. Forssan museon tekstiiliarkiston gingham-kangasnäytteet ovat mallikirjoissa ja -vihoissa 1800-luvun lopulta suunnilleen vuoteen 1960 asti (Louhelo, Sähköposti 19.2.2016). Muutamat kangasnäytteet on poimittu museon arkistosta ideointia varten.

Gingham-aiheeseen oli tarkoitus lainata salmiakkirasian mielenkiintoisia elementtejä. Salmiakkirasian muotoilussa kiinnostaa sen yksinkertaisuus, johon on yhdistetty sopivasti yllättävä sommittelu. Värien käyttö on niukkaa. Rasian sommittelu on raikas ja ajaton. Yksinkertainen ja ajaton tyylinen torkkupeitto voisi ehkä ”pysäyttää” miesasiakkaitakin.

Laatunäytteiden valmistamisessa kokeiltiin erilaisia ruutukuvioita. Kuvioiden suunnittelu ei ollut vaikeaa, mutta molemmiin puoleisuuteen oli. (Kuva 22.)

6.2.5 Aiheena mansikkaheinä



Kuva 23. Moodboard ja osa Mansikkaheinä-aiheeseen tehdyistä laatunäytteistä. Vasemmalla: Moodboard, koko A3. Oikealla laatunäytteet. Laatunäytteistä vasemmalla ja oikealla ovat toiset puolet samasta näytteestä.

Maailman ilmiöitä pohdittaessa esiin nousivat retroilu, vintage, idyllisyys ja nostalgisuus. Näistä aiheeksi muodostui mansikkaheinä. Idyllisyyteen ja nostalgisuuteen sopii käsityömaisuus. Tähän pyritään liittämään käsityömaista tunnelmaa nykyaikaisessa muodossa. Laatunäytteessä rivissä olevat marjat muistuttavat heinään pujotettuja mansikoita. (Kuva 23.) Käsityömainen nostalginen ihana torkkupeitto voisi olla ”pysäyttäsä”.

Kuten kuvan 23 laatunäytteestä näkyy, tässä yritettiin myös muodostaa marjat epäsäännöllisiksi. Tämä on mahdollista tehdä tietokoneavusteisella suunnitteluohjelmalla. Näin marjat elävöittävät litteää pintaa.

6.2.6 Aiheena aalto



Kuva 24. Moodboard ja osa Aalto-aiheeseen tehdyistä laatinäytteistä. Vasemmalla: Moodboard, koko A3. Oikealla laatinäytteet. Laatinäytteestä ylhäältä neljä riviä: vasemmalla ja oikealla olevat kuvat ovat näytteen vastakkaisilta puolilta. Alimman rivin laatinäytteet kolme kappaletta ovat molemmilta puolilta samanlaisia.

Kolmas suunnitelma on edellisiä abstraktimpi. Tässä aalto-aiheisen kankaan ilmaisukeinona on kolmiulotteisuus. Haastattelun perusteella asiakkaat ovat toivoneet elävämpiä pintoja peittoihin (Laitala, haastattelu 25.2.2016). Elävän pinnan saaminen ilman kuvioita tai värejä on haastavaa. Tällaisessa torkkupeitossa viimeistyksen ja materiaalien merkitys kasvaa. Kuten aalto-nimi kertoo, pinnassa voisi olla aaltomaista kolmiulotteisuutta. Jos onnistuu saamaan aaltomaista elävää pintaa torkkupeittoihin, se voisi ”pysäyttää” asiakkaita kaupassa.

Kokeiltavana oli erilaisia sidoksia, lankalaatujen yhdistelmiä, huovuttamista ja eri kierteisten lankojen yhdistämistä. Monista yrityksistä huolimatta ei saatu kovin helposti toivottua pintaa. (Kuva 24.)

6.2.7 Teemoihin kuulumattomat laatunäytteet

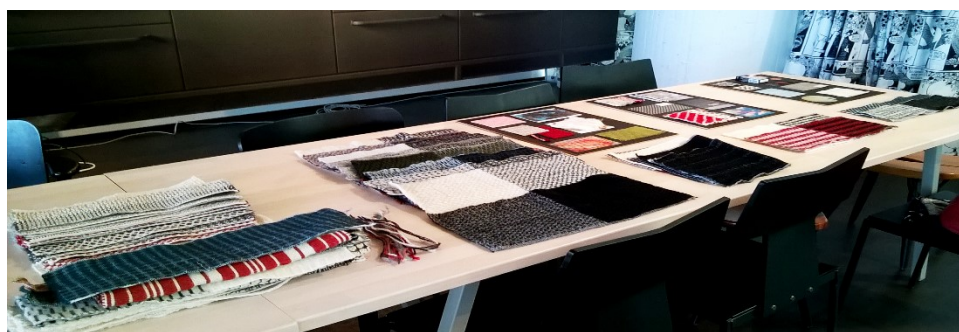
Tähän kuuluvat sekä vipukangaspuilla että tietokoneavusteisilla kangaspuilla kudotut näytteet, joiden ei ajateltu liittyvän aiheisiin (Kuva 19–20 ja 25). Nämä eivät myöskään vaikuttanut ”pysäyttävältä” laatunäytteeltä.



Kuva 25. Osa aiheisiin kuulumattomaksi luokitelleet laatunäytteet, joita on kudottu tietokoneavusteisilla kangaspuilla. Ylhäällä kaksi kappaletta on samasta laatunäytteestä molemmat puolet. Alhaalla kolme kappaletta on molemmin puoleiset laatunäytteet.

6.2.8 Ensimmäinen tapaaminen

Ensimmäinen tapaaminen pidettiin Finlaysonin pääkonttorissa. Tapaamisessa oli yrityksen luova johtaja Petri Pesonen ja suunnittelija Osmi Koskinen. Esiteltävänä oli noin 15 kappaletta laatunäytteitä moodboardineen. Näiden lisäksi oli teemoihin kuulumattomia näytteitä noin 15 kappaletta, joita pienen pohdinnan jälkeen päätettiin ottaa mukaan esiteltäviksi. (Kuva 26.)



Kuva 26. Ennen tapaamista. Moodboardin lähelle oli aseteltu moodboardin aiheeseen sopivat laatunäytteet. Oikealta: aiheeseen kuulumattomat laatunäytteet. Aalto-moodboard ja siihen sopivat laatunäytteet sen alla ja vieressä. Mansikkaheinä-moodboard ja siihen sopivat laatunäytteet. Gingham-moodboard ja siihen sopivat laatunäytteet

Vaikka tässä vaiheessa aiheita gingham, mansikkaheinä ja aalto ei ollut luokiteltu visuaaliseen konseptiin, Pesonen ja Koskinen näkivät niissä ja laatunäytteissä konsepteihin sopivia elementtejä. Visuaalisen konseptin huomiointi alkuvaiheessa tuntui vaativalta, mutta jostain syystä ideat olivatkin jäsentyneet huomaamatta.

Aiheisiin kuulumattomiksi jätettyjen laatuäytteiden joukossa oli useampia perinteisillä sidoksilla kudottuja, jotka oli valmistettu vipukangaspuilla (Kuva 19 ja 20). Tapaamisessa toimeksiantaja totesi, että mansikkaheinä-aiheeseen sopisivat perinteisillä sidoksilla kudotut käsityömaiset ideat. Se kuuluisi visuaalisessa konseptissa ihanaan. Gingham-aiheeseen sopisivat kuvassa 25 olevat vihreät laatuäytteet. Tämä sopisi konseptissa jännään. Aalto-aiheen eloisa pintaidea taas sopisi konseptissa tyylikkääseen.

Alussa sovittu ideointi muuttui toimeksiantajan ehdotuksesta torkkupeiton suunnitteluksi hapsuineen. Asiasta on mainittu luvun 1.5 viitekehityksessä.

6.2.9 Ajatuksia tapaamisen jälkeen

Positiivisena yllätyksenä oli, että suunnittelu oli huomaamatta jäsentynyt visuaalisen konseptin mukaisesti. Lisäksi sivuun jätetyissä laatuäytteissäkin toimeksiantaja näki mahdollisuuksia. Ei voi tietää, mitä toisen silmä näkee.

Tapaamisessa Pesonen kuvaili visuaalisen konseptin määritelmät tarkemmin. Ne näkyvät luvussa 5.1. Tämä auttoi ymmärtämään konseptia. Jälkeenpäin ajateltuna tarkempaa määritelmää olisi ehkä voinut kysyä aikaisemmin. Toisaalta suunnittelu olikin ihan hyvin oikealla tiellä. Pesosen tarkat kuvaukset ja Koskinen rakentavat palautteet auttoivat selvittämään työn tavoitteita.

Se, että tehtävä muuttui pelkästä ideoinnista suunnitteluksi, oli myönteinen kokemus. Tuotekehityksen tavoitteellisuus antoi uutta asennetta. Tapaamisen jälkeen laatuäytteet alkoivat tuntua uskottavammilta.

6.3 Kolmas osa

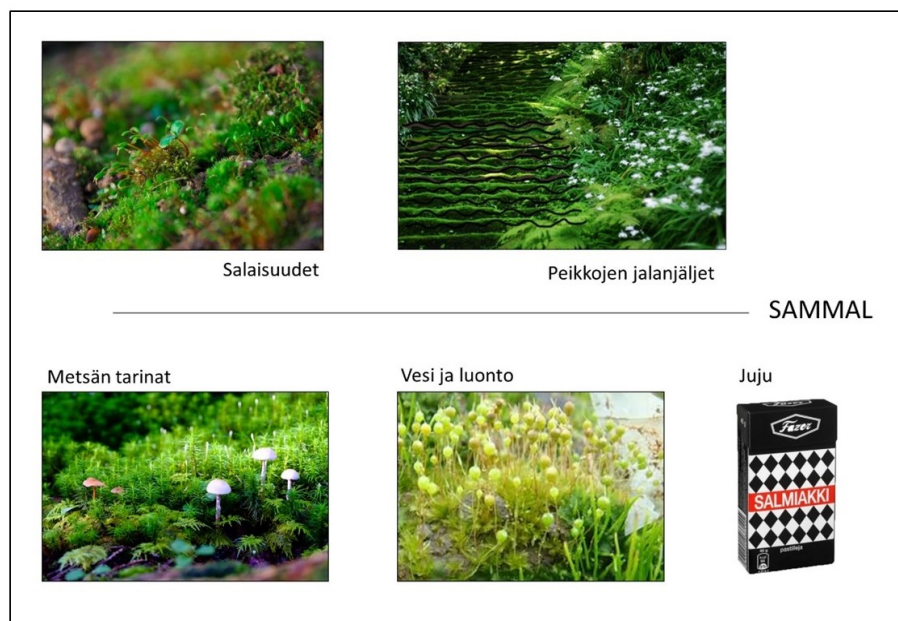
Kolmas osa on samalla opinnäytetyöprojektin viimeinen osa. Tässä suunnitellaan torkkupeittoa ja kehitetään sitä edellisellä kerralla valittujen laatuäytteiden pohjalta. Tämä osa loppuu toimeksiantajan toiseen tapaamiseen, jolloin esitellään valmiit laatuäytteet ja kolmiulotteisia havainnekuvia.

Aiheet muuttuivat viimeisen kerran – gingham sammaleeksi ja mansikkaheinä mummolaksi, mutta aalto pysyy sellaisenaan. Kaikki laatuäytteet on kudottu tietokoneavusteisilla kangaspuilla. Ne kudottiin edelleen mustaan ja valkoiseen loimeen, joita voi myöhemmin vertailla. (Kuva 27.)



Kuva 27. Tietokoneavusteiset kangaspuut. Tietokoneessa on auki Wettersoft-ohjelma Wettersoft. Kuvassa kudotaan Sammal-aiheen laa-
tunäytteitä. Kangaspuihin oli ripustettu aiheeseen sopivat kuvat.

6.3.1 Sammal – Jännä



Kuva 28. Sammal-aiheen tunnelma. Koko on A4.

Vihreän laa-
tunäytteen kutominen jäi lyhyeksi, koska ei näyttänyt kiinnos-
tavalta. Toimeksiantaja kuitenkin näki siinä arvoa. Se otettiin visuaaliseen
konseptiin jännä. Jännä-konseptin määrittely oli, että siinä olisi jokin taust-
tatarina esimerkiksi suomalainen metsä (Pesonen, keskustelu 24.5.2016).
Suomalainen metsä oli innostuttava idea. Päässä alkoi pyöriä Urjalan
metsä, johon on ajettu autolla monta kertaa. Urjalan metsä näyttää aina

jännittävältä. Tummassa metsässä tuntuu siltä, että peikot kurkistelevat puiden takaa. Aurinkoisena päivänä metsän puiden välistä maahan sammaleeseen ulottuu lempeä valo.

Edellisen tapaamisen jälkeen jatkosta arveltiin, että tämän aiheen torkkupeitossa olisi salmiakkirasiamaista yllättävää sommittelua. Myös peiton reunoissa olisi jokin tehosteväri. Peiton pinnassa säilytettäisiin pienen pienet värisävyn vaihtelut, joka oli laatunäytteessä (Kuva 25 yläriivi).

Tekijän tapa soveltaa sammal-aihetta torkkupeittoon oli Suomen luonto, salaperäinen metsä, peikkojen jalanjäljet ja päiväunet ja puiden välistä sammalta koskeva auringon säde. Ideoissa pysymiseksi ja niiden tukemiseksi koottiin kuvia ja piirustuksia. Näitä kuvia on käytetty läpi koko suunnittelun ajan (Kuva 28).

Kuten kuvassa 29 päällimmäisessä rivissä olevat laatunäytteet, ensin kokeiltiin salmiakkimaisia muotoja ja värien vaihtelua. Sitten kokeiltiin eri kuosien yhdistämistä, kuten toisella rivillä ylhäältä. Lopulta päädyttiin alkuperäiseen aaltoilevaan kuosiin ja samaan kudelankaan. Suunnitteluun otettiin myös suoria linjoja, jotka ovat ikään kuin suoraan kasvavia puita metsässä. Sattumanvaraisen näköisesti paksuun vihreään kudokseen lisätyt vähän eri sävyiset ohuet langat ilmaisevat puiden välistä maahan ulottuvaa valoa. Valmiin torkkupeiton pituudesta puolta peittää suora ja toista puolta aaltomainen kuvio. Reunukseksi yhtenä vaihtoehtona oli ommella saumat oranssilla, paksulla langalla. Lopulta päädyttiin kapeisiin oranssinvärisiin reunoihin ja niiden päälle tuli vielä reunahapsut, kuten kuvan 29 alimmissa näytteissä. Sammal-aiheen takia tässä ei ole kokeiltu muita väri vaihtoehtoja.

Sammal-teeman torkkupeitossa saattaa olla ”pysäyttävää” elementtejä, sillä teema on luonnon läheinen ja viestii vihreyttä. Tumma väri ja yksinkertaisuus myös saattavat ”pysäyttää” miesasiakkaitakin.



Kuva 29. Osa Sammal-teemaan kudotusta laatunäytteestä. Vasemmalla ovat mustaan loimeen kudotut näytteet ja molemmilta puolilta. Oikealla on valkoiset. Suunnittelu on edennyt ylhäältä alaspäin.

6.3.2 Mummola – Ihana



Kuva 30. Mummola-aiheen tunnelma. Koko on A4.

Mummola-teema oli otettu suoraan visuaalisen konseptin ihana määrittelystä: pullan tuoksu, villasukka ja lämmin muisto, josta tulee hyvä mieli (Pesonen. Keskustelu 24.5.2016). Aiheeseen sopivat kuvat koottiin ja ne olivat käytössä läpi suunnittelun (Kuva 30). Vaikka suunnittelussa pyrittiin säilyttämään käsityön ja perinteen tunnelma, ei ollut tarkoitus käyttää suoraan perinteisiä sidoksia. Tässä pyrittiin suunnittelemaan kuviollinen torkkupeitto, jossa on pieniä yksityiskohtia tarinoineen. Värikäs ja käsityömainen torkkupeitto voisi ihastuttaa ja ”pysäyttää” asiakkaita kaupassa.

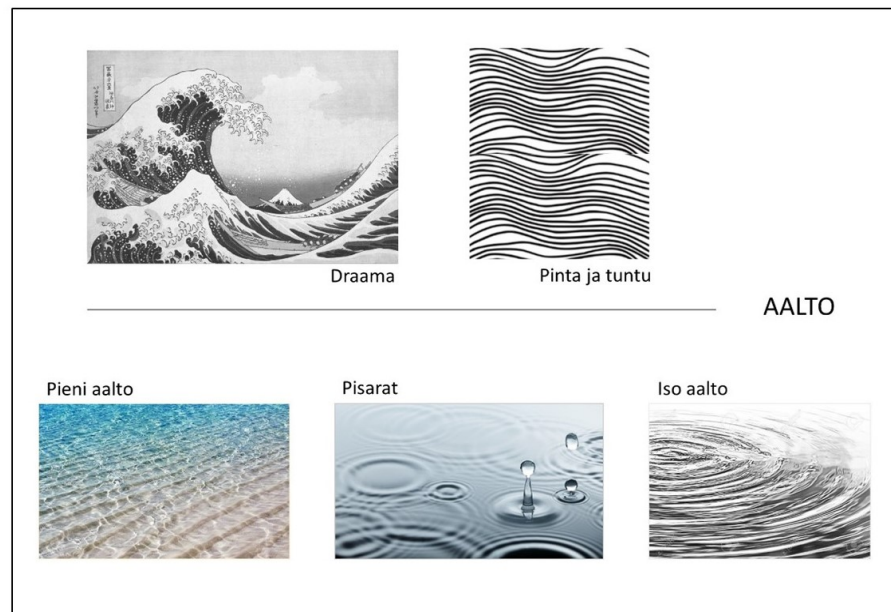
Ensin suunniteltiin muutamat näytteet, kuten kuvan 31 ylärivillä. Seuraavaksi otettiin näistä mahdolliset elementit, kuten värikkyyys, perinne ja käsityömaisyys. Tähän yhdistettiin alussa olleesta mansikkaheinä-aiheesta marjan pyöreät muodot. Marjojen rinnalle lisättiin kolmiot ja sydämet. Kuviot olivat pystysuunnassa aavistuksen vinossa kuin käsin piirrettyinä. Kuvion muodot ovat tarkoituksella epätäydellisiä – joukossa oli epäpyöreitä ja pulleita marjoja ja leveitä sydämiä. Tärkeää kuvioiden suunnittelussa oli, ettei niiden rivi näyttäisi konemaisen virheettömältä. Ilmaistakseen mummon villasukkamaisuutta tai räsymattomaisuutta käytettiin erilaisia väriaitoja, joihin pyrittiin saamaan jäännöslangoista kudotun kankaan vaikutelma. Asiakkaat olivat toivoneet myös värikkyttä torkkupeittoon (Harju, haastattelu 3.2.2016).

Suunnittelussa ja laatunäytteiden valmistamisessa kokeiltiin muun muassa erilasta raitojen värijärjestystä, raitojen leveyttä, rivien etäisyyttä, kudon-tatiheyttä. Kokeiltiin myös erilaisilla kudolangoilla ja niiden määrää joko yhdellä tai kahdella kutomalla. Välillä kokeiltiin tehostesidosten ja kudolangojen lisäämistä raitojen väleihin. Lopulliseksi suunnitelmaksi valittiin kuvassa alimmalla rivillä oleva, joka on kudottu yhdellä langalla ja keskileveillä raidoilla. (Kuva 31.)



Kuva 31. Osa Mummola-aiheeseen kudotuista laatu näytteistä. Vasemmalla ovat mustaan loimeen kudotut näytteet ja molemmilta puolilta. Oikealla on valkoiset. Suunnittelu on edennyt ylhäältä alaspäin.

6.3.3 Aalto – Tyylikäs



Kuva 32. Aalto-aiheen tunnelma. Koko on A4.

Aalto-aiheen torkkupeitossa on pyritty saamaan elävää pintaa mustavalkoisella värityksellä. Asiakkaat ovat toivoneet myös eläväpintaisia peittoja (Laitala, haastattelu 25.2.2016). Aiheen tueksi ja siinä pysymiseksi valittiin ensin siihen sopivia kuvia. Näitä tarkasteltiin suunnittelun aikana. (Kuva 32.) Skandinaavisen, yksinkertaisen, mustavalkoisen ja aaltomaisen elävän pinnan torkkupeitto voisi ”pysäyttää” skandinaavisesta sisustuksesta kiinnostuneita asiakkaita.

Laatunäytteitä kudottiin ensin sekä villa- että puuvillalankaloimeen erilaisilla langoilla. Kokeiltiin myös erilaisten sidosten yhdistämistä muun muassa ontelosidokseen. Huovuttamalla kostutettuja laatunäytteitä kuivausrummussa yritettiin saada aaltomaista pintaa. Toivotun pinnan tuottaminen ei ollut helppoa. Laatunäytteitä syntyi monta kappaletta. Pintaan yritettiin saada vaihtelua muuttamalla värisävyjä ja sidoksia, kuten kuvan 33 ylärivillä. Kokeiltiin myös kutoa peiton vastakkaiset puolet erivärisiksi. Kokeiluja on tehty villaa ja puuvillaa sekä loimena että kuteena käyttäen. Villan ja puuvillan sekoitus torkkupeiton materiaalina oli tullut esille haastattelussa (Repo, haastattelu 26.2.2016).

Monien kokeilujen jälkeen päädyttiin pintaan, joka on kuvassa alarivillä oikealla. Tämä laatunäyte on kudottu vuorotellen valkoisella ja mustalla villalangalla, näin peiton toisesta puolesta tulee valkoinen ja toisesta musta. Joka kolmanteen valkoiseen kuteeseen lisättiin ohut kiiltävä metallilanka. Metallilanka ilmaisee aallon pinnalla lentävät vesipisararat, jotka heijastavat auringon tai kuun valoa. Loimena oli luonnon valkoinen puuvillaloimi. Lopullisessa suunnittelussa otettiin pois kuvassa oleva raidoitus. (Kuva 33.)



Kuva 33. Osa Aalto-aiheeseen kudotuista laatunäytteistä. Suunnittelu on edennyt ylhäältä alaspäin vasemmalta oikealle.

6.3.4 Hapsut

Suunnitteluun kuuluvat peiton reunat hapsuineen. Hapsu- ja reunaratkaisumahdollisuuksia on useampia (Kuva 34). Viime aikoina markkinoilla on ollut hapsullisia torkkupeittoja. Hapsujen valinnassa on kuitenkin otettava huomioon teollisen tuotannon mahdollisuudet.



Kuva 34. Kuvakooste erilaisista hapsuista

Kokeiltiin erilaisia hapsuja ja saumojen ompelemista. Loppuratkaisussa valittiin kolme erilaista mallia. Toisessa tapaamisessa Ihana-konseptiin kuuluvan laatunäytteen hapsut toivottiin muutettavan samanlaisiksi kuin Jännä-tyylikonseptin laatunäytteessä. Muutos näkyy myös kuvassa nuolella merkittynä. (Kuva 35.)



Kuva 35. Hapsuratkaisut. Yläriivi vasemmalta: Aalto laatu näyte (tyylikäs), Sammal laatu näyte (jännä). Alarivillä ovat Mummola laatu näytteet (ihana), jossa hapsun muutos on merkitty nuolilla

6.3.5 Toinen tapaaminen

Toinen tapaaminen pidettiin syyskuussa Finlaysonin ateljeessa. Paikalla olivat Pesosen ja Koskisen lisäksi Finlaysonin suunnittelija Sami Vulli ja design-koordinaattori Sanna Hilpas. Esittelyssä olivat kolme valittua laatu näytettä ja kolmiulotteiset havainnekuvat (Kuva 38 ja 39) Aiheen tukemiseksi esitettiin myös tunnelmakuvat (Kuva 28, 30 ja 32).

Tapaamisessa todettiin, että kaikki kolme suunnitelmaa viedään valmistajalle koekudottaviksi. Ihana-konseptiin suunnitellun torkkupeiton hapsut muutetaan samaan muotoon kuin jännän. Ihana-torkkupeitossa oli monta väriä. Ehdotettiin kokeiltaviksi siihen Finlaysonin joulun 2017 malliston värimaailman mukaisia raitoja (Kuva 37). Torkkupeittojen nimiä kysyttiin, mutta sellaisia ei vielä ollut valmiina.

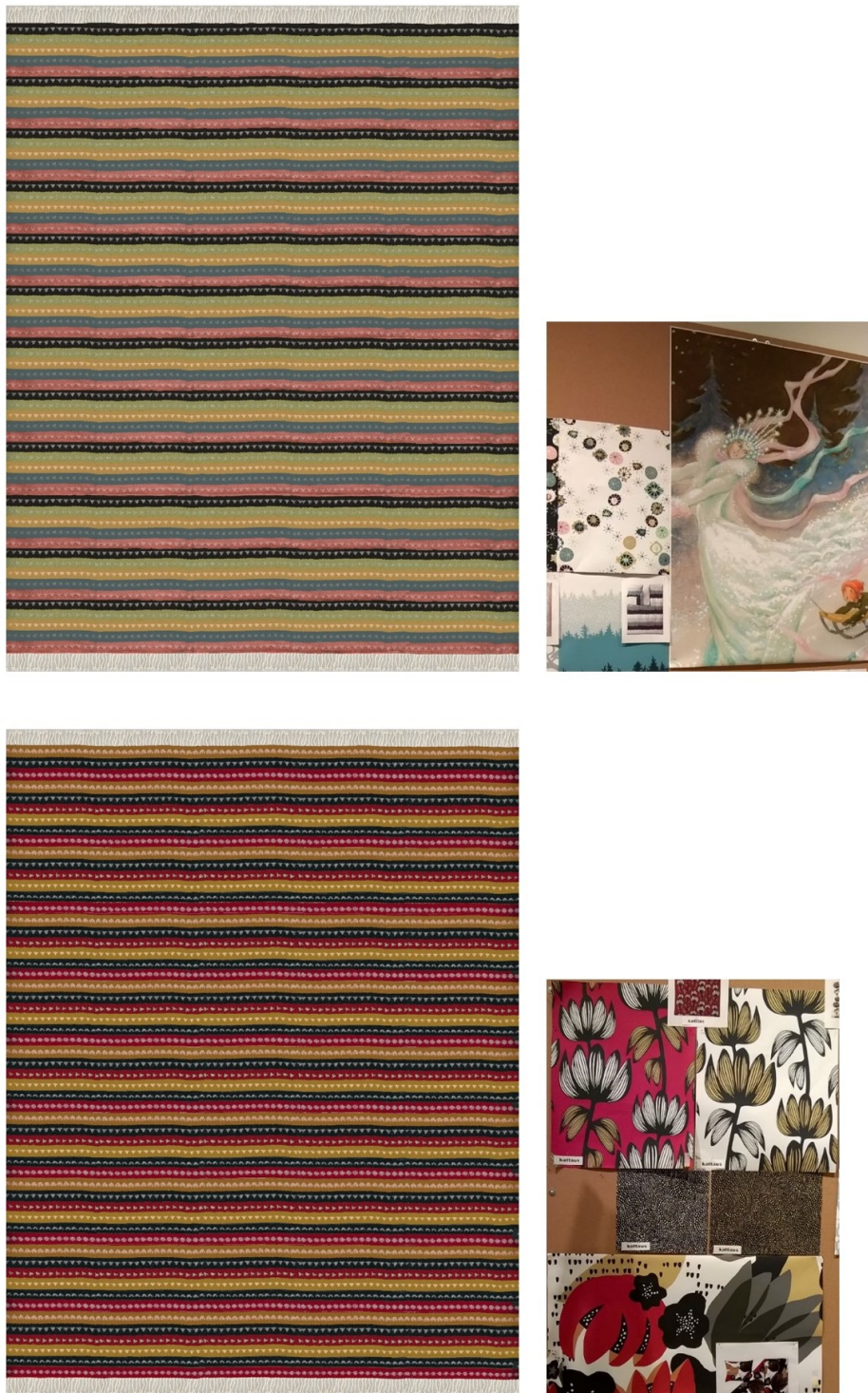
Sovittiin, että tekijä kokoaa valmistajalle lähetettävät materiaalit, kuten laatu näytteet ja valmistusohjeet (Kuva 38 ja Liite 2). Valmistusohjeessa pitäisi olla ihana-konseptiin tehdyt uudet väritykset. Niiden lisäksi lähetetään myös WeavePoint-tietokonesuunnitteluohjelmasta kootut numerotulosteet. Torkkupeittojen nimet tiedotetaan, kun keksitään. Prototyyppien valmistamiseen tarvitaan useampi viikko. Sovittiin, että jatkosta sovietaan, kun ne tulevat valmistajalta.

6.3.6 Uudet värit

Toisessa tapaamisessa ehdotettiin kokeiltaviksi ihana-torkkupeittoihin Finlaysonin joulu 2017 mallistossa käytettäviä värejä (Kuva 36). Malliston värityksiä on kahdet erilaiset, pastellisävyiset ja tummemmat (Kuva 37). Jännään ja tyylikkääseen tehtyihin malleihin ei tule värimuutosta.



Kuva 36. Kuva Finlaysonin ateljeesta. Juuri suunnitteilla olevat vuoden 2017 Syys-talvimalliston kuosiehdotukset, värityksen ja kolmiulotteiset havainnekuvat oli koottu ateljeen seinälle. Kuvassa on osa seinästä, jossa olivat jouluaiheiset kuosit ja värityksen.



Kuva 37. Tietokoneella muokatut uudet väriytykset. Vasemmalla olevat kolmiulotteiset havainnekuvat on tehty oikealla olevien kuosien ja maalausten mukaan. Oikealla olevat kuvat on otettu Finlaysonin ateljeesta. Koko 1:20

6.4 Torkkupeittojen nimet

Tähän asti suunnittelussa ja laatunäytteiden valmistamisessa ajatuksena olivat vain aiheet ja visuaaliset konseptit. Torkkupeitoilla ei ollut nimiä, kunnes niitä kysyttiin toisessa toimeksiantajan tapaamisessa.

Jännä-konseptin sammal-aiheeseen tehdyn mallin nimi on Metsänpeitto. Kuten on mainittu luvussa 6.5.1, aiheeseen kuuluvassa suunnittelussa on ollut koko ajan mielessä Urjalan metsä. Jälkeenpäin tuli tietoon, että Urjalla on Luonnonperintösäätiön Metsänpeitto-niminen suojelualue. Metsänpeitto-suojelualue on vanha, noin satavuotias metsä, jossa on eteläsuomalaisittain poikkeuksellisen lahoppuustoinen aarniometsä. (Luonnonperinnesäätiö, n.d.) Metsänpeitto on suomalaisessa kansanuskossa tila tai paikka. Metsänhaltijat voivat eksyttää metsänpeittoon luonnossa kulkevia ihmisiä tai kotieläimiä. (Virtanen 1988, 275–276.) Positiivisella tavalla toivotaan, että kun tähän sammalpeittoon kääriytyy, pääsee kuin peikon päiväunille metsän lumouksessa. Peiton sisällä voi kuunnella hiljaisuutta.

Ihana-konseptin mummo-aiheeseen tehdyn mallin nimi on Marjapiirakka. Kuviossa on erikokoisten ja muotoisten marjojen kuvia. Kuvioina ovat lisäksi rakkautta kuvaavat sydämet. Marjapiirakka on valmistettu rakkautta ja mummon vanhalla reseptillä. Peitto on lämmin ja tuo makeita tuoksua. Herkullisen värin raidoitus vie peittoon kääriytyneet lämpimiin muistoihin, jossa tuntuvat tuoksut, värit ja lämpö.

Tyylikäs-konseptin aalto-aiheeseen tehdyn mallin nimi on Liplatus. Kun kääriytyy tähän torkkupeittoon, voisi tuntea kelluvansa veden väreilyssä. Kun peitto kimaltaa, kuuluu veden liplatus.

7 KOONTI TULOKSESTA

Projektin tuloksena on kolme kappaletta laatunäytettä ja kolmiulotteiset havainnekuvat (Kuvat 38–39).



Kuva 38. Lopulliset laatunäytteet lankanäytteineen. Nimet ja visuaaliset konseptit vasemmalta: Liplatus-tyylikäs, Marjapiirakka-ihana, Metsänpeitto-jännä.



Kuva 39. Torkkupeittojen kolmiulotteiset havainnekuvat kummaltakin puolelta. Nimet ylhäältä Metsänpeitto (jännä), Marjapiirakka (ihana) ja Liplatus (tyylikäs). Koko 1:30

8 TARKASTELU JA ARVIOINTI

Tässä opinnäytetyössä yhdistyi suunnittelutaito ja konseptuaalinen ilmaisutaito tausta-aineistoa hyödyntäen, tekniset ja materiaaliset tiedot ja taidot laatunäytteiden valmistamisessa ja tietokoneosaaminen kolmiulotteisten havainnekuvan tekemisessä. Alussa esitettyihin kysymyksiin saatiin vastausta.

8.1 Arviointi valmistettavuudesta ja jatkomahdollisuuksista

Toimeksiantajan tapaamisessa todettiin, että kaikista kolmesta laatunäytteestä valmistetaan prototyyppi. Ennen prototyypin valmistamista, on arvioitava laatunäytteen mukaisen peiton valmistettavuus.

Laatunäytteet ja kaikki mahdollinen tieto valmistuksesta lähetettiin toimeksiantajalle tapaamisen jälkeen. Suunnittelussa otettiin alusta asti huomioon, että teollisten valmistajien tekniset ja materiaaliset edellytykset vaihtelevat. Prototyypin valmistukseen tarvitaan muutama viikko. Jatkosta sovitaan toimeksiantajan kanssa, kun on valmis.

8.2 Yhteenveto koko työstä

Opinnäytetyön kuluessa vahvistui tieto, että suunnittelussa on tärkeää selvittää tausta-aineistot hyvin. Selvittelyssä tarkasteltiin toimeksiantajan tuotantoa ja toiveita ja asiakkaita. On selvittävä toimeksiantajan tuotevalikoimat, tarina ja arvot. Usein toimeksiantajan toiveiden kuvailu on käsitteellistä. Sanojen tulkintaan vaikuttavat henkilökohtaiset näkemykset, joita on yhtä paljon kuin henkilöitä. Tässä projektissa selvitettiin asiakkaista haastatteleamalla myymälähenkilökuntaa. Suunnittelijan on osattava ymmärtää toimeksiantajaa ja asettaa itsensä asiakkaan asemaan. Selvitelytyöhön kuului trendin seuraaminen. Suunnittelijalle trendin merkitys on suuri. Ymmärtämällä sitä, hän pystyy pitämään otteen markkinoista. Hän saa ilmaisulle vapautta ja pystyy suunnittelemaan rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti. On myös hyvä ymmärtää toteutustekniikan mahdollisuudet ja rajoitukset. Ne antavat lisämahdollisuuksia ja tilaa ilmaisulle. Pelkkien omien visioiden läpi vieminen tausta-aineistoa selvittämättä ei palvele ketään. Projektin myötä todettiin, että hyvin selvitetty tausta-aineisto antaa hyvät lähtökohdat, vaikuttaa edullisesti työn kulkuun ja lopputulokseen.

Alussa esitetty kysymys oli: ”Millainen torkkupeitto pysäyttää asiakkaita kaupassa?”. Tähän saatiin vastaus tausta-aineistoa tutkimalla ja suunnitteleamalla torkkupeitto siitä lähtökohdasta. Alakysymyksenä pohdittiin: ”Kuinka voi suunnitella pysäyttäviä torkkupeittoja, jotka sopivat yrityksen visuaaliseen konseptiin jännään, tyylikkääseen ja ihanaan?” ja ”Miten suunnitellaan rohkeasti, luovasti ja ennakkoluulottomasti ottaen huomioon haastattelun tulokset?”. Tähän myös saatiin vastaukset tausta-aineiston selvittelystä ja suunnittelusta. Selvitetiin visuaalisen konseptin sanojen merkitykset toimeksiantajan näkökulmasta. Myymälän henkilökunnan

haastattelussa tulivat hyvin esille asiakkaiden toiveet ja heidän käyttäytymisensä. Asiakkaiden toiveet otettiin huomioon tärkeinä elementteinä. Tuloksena oli kolme erityylistä torkkupeittoa.

8.3 Arvioiva päätäntä

Opinnäytetyön aloitus oli marraskuussa 2015, jolloin tehtiin sopimus toimeksiantajan kanssa. Tausta-aineistojen selvittäminen aloitettiin helmikuussa ja suunnittelu ja laatunäytteiden kutominen huhtikuussa 2016. Toimeksiantajan tapaaminen oli touko- ja syyskuussa. Käsitteellisiä sanoja ja trendejä selviteltiin koko projektin ajan. Laatunäytteitä syntyi monta kappaletta. Yksittäistä laatunäytettä valmistaessa työn kulku oli hidasta – suunnittelu, WeavePoint-ohjelmalla visualisoiminen, koekudonta, kangaspuista irrottaminen, viimeistyskokeilu ja tarkastelu. Usein parannettavia kohtia löytyi laatunäytteestä ja parannetun laatunäytteen valmistaminen oli aloitettava alusta. Välillä pidettiin taukoja, jolloin otettiin etäisyyttä projektiin. Se oli yksin työskennellessä tarpeen, jotteivat työ ja tavoitteet hämärtäisi.

Työn edetessä sekä opittiin uutta niin projektityöskentelystä kuin suunnittelusta, että vahvistettiin ennen hyväksi havaittuja asioita - miten työskennellään toimeksiantajan kanssa ja miten yhdistetään toimeksiantajan toiveet, asiakaslähtöisyys ja suunnittelijan oma luova panos. Konseptuaalista ilmaisutaitoa havaittiin tärkeäksi. Opittiin myös, miten työ aikataulutetaan ja miten pysytään itse aiheessa läpi suunnittelun. Edelleen tärkeäksi havaittiin tausta-aineistojen merkitys.

Opinnäytetyön valmistuttua esiin on noussut muutamia asioita, joita olisi voinut tehdä paremmin tai toisin. Selvittettäviä tausta-aineistoja oli paljon. Niiden selvittäminen alkuvaiheessa perusteellisemmin ja selkeämmäksi olisi helpottanut huomattavasti työn kulkua.

Laatunäytteiden valmistusta varten käytettiin Tekstiiliverstaan loimilangan tietoja. Suunnittelun ja laatunäytteiden valmistamisen olisi voinut tehdä suoraan valmistajan vakioloimen mukaiseen loimeen. Valmistajan vakioloimen käyttäminen alentaa kustannuksia. Kuteina voisi käyttää myös valmistajan materiaaleja. Vielä parempi on, jos suunnittelija on nähnyt kuto-makoneet ja saanut tietää niiden mahdollisuudet ja rajoitukset tarkemmin. Vaikka suunnittelija vain suunnittelee, teknisten asioiden tietäminen antaa työhön vapautta. Ajan ja vaivan säästäminen hyödyttää toimeksiantajaa, valmistajaa ja myös suunnittelijaa.

Yhteistyö Finlaysonin ateljeen kanssa on ollut sujuvaa ja miellyttävää. Tapauksissa on saatu aina rakentavaa palautetta ja ammattitaitoisia neuvoja. Projektin kautta päästiin kokemaan teollisesti valmistettavan kudotun kankaan suunnittelua yrityksen toimeksiannosta. Työn edetessä ajatukseen nousi muita uusia kankaan suunnittelun ideoita.

Kokonaisuudessaan projekti sujui hyvin. Torkkupeiton suunnittelu joukko käsitteellisten sanojen perusteella oli haastava, mutta kiinnostava.

LÄHTEET

TaTe-Team / AL-Monityö. 2016. TaTe-Team / AL-Monityö.
<http://tate-team-oy.webnode.fi/>

Bhose, C. Finlaysonin Kurttila: Yritysten omistajilla pitää olla moraali.
Kauppalehti julkaisu 28.5.2016, D1. Nettipäivitys 26.12.2015.
<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/finlaysonin-kurttila-yritysten-omistajilla-pitaa-olla-moraali/e3TkjVZ6>

Boncamper, I. Tekstiilioppi. 2011. Hämeenlinna: HAMK

Eco, U. 2008. Kauneuden historia. Suom. Tuomisto, P. 2.p.
Helsinki: WSOY

Ennakkoluuloton. 2015. Synonyymit.fi
<http://www.synonyymit.fi/ennakkoluuloton>

Finlayson. 2016. Yhteenvedo vastuullisuustyöstämme.

Finlayson. Finlaysonin syksy-talvi 2015 -mallisto tekee aikamatkan historiaan ja esittelee vuosilöytöjä arkistojen kätköistä. Tiedote 21.5.2015.

Historia. 2016. Finlayson.
<http://www.ilovefinlayson.fi/me-yrityksena/historia/>

Hoptman, L., Tatehara, A. & Kultermann, U. 2000. Yayoi Kusama.
London: Phaidon Press

Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko J. & Koskinen, I. 2003.
Käyttäjä-keskeinen tuotesuunnittelu: Käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi. 1. painos. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Järvenpää, S. 2004. Esiliinakangasta etsimässä – PMK:n ginghamit 1950-luvun lopulla. Aaltonen, I. & Pohjakallio, L. (toim.) Lounais-Hämeen Kotiseutu- ja museoyhdistys: Vuosikirja 73–2004. Forssa: Forssan kirjapaino oy, 7-41.

Jääskeläinen, H. Tom of Sweden olisi hyödynnetty ihan eri tavalla.
Markkinointi&Mainonta 20.11.2014, Päivitetty 4.2. 10:48, D1.
<http://www.marmai.fi/uutiset/tom-of-sweden-olisi-hyodynnetty-ihan-eri-tavalla-6292569>

Kärnä-Behm, J. 2011. Sisustustekstiilin identiteetti ja tutkimusparadigmat. Teoksessa Kärnä-Behm, J. (toim.) Sisustuskirja: Tutkimuksellisia avauksia. Helsinki: Helsingin yliopisto, Käyttäjätieteellinen tiedekunta, Opettajankoulutuslaitos, 93–104.

Lempiäinen, P. 2006. Kuvien kieli: Vertauskuvat uskossa ja elämässä. 2. p. Helsinki: WSOY

Luonnonsuojelusäätiö. n.d. Metsänpeitto, Urjala.
<http://luonnonperintosaatio.fi/fi/suojelualueet/pirkanmaa/metsanpeitto>

Luova. 2015. Synonyymit.fi
<http://www.synonyymit.fi/luova>

Merisalo, R. 2012. Sokaisevat trendit – Kirja nykyisyyden etsijöille ja tulevaisuuden rakentajille. Helsinki: Kauppakamari

Niipola, J. Tom of Finland punnersi Finlaysonin voittoon.
 Kauppalehti 15.9.2015 12:44, D1. Päivitetty 15.9.2015 14:43.
<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/tom-of-finland-punnersi-finlaysonin-voittoon/jX6UmFmC>

Reiners, I., Seppä, A. & Vuorinen. 2009. J. Estetiikan klassikot: Platonista Tolstoihin. Helsinki: Gaudeamus

Rohkea. 2015. Synonyymit.fi
<http://www.synonyymit.fi/rohkea>

Saarikivi, S. 1973. Taidehistorian ääriiivat. 2.p. Porvoo: WSOY

Silpala, E. 2002. Sidoksia kankaisiin: vipupuilla, vetopuilla ja poimien. Helsinki: Opetushallitus.

Sproccati, S. 1991. Opas taiteen maailmaan. Suom. Elina Suolahti ja Martti Berger. 1994. Espanja: WSOY

Tilastokeskus. n.d. Tietoa tilastosta. Käsitteet - Trendi.
<http://www.stat.fi/meta/kas/trendi.html>

Töyssy, S., Vartiainen, L. & Viitanen, P. 2003.
 Kuvataide: Visuaalisen kulttuurin käsikirja. 1-2.p. Porvoo: WSOY

Virtanen, L. 1988. Suomalainen kansanperinne.
 Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura

Haastattelut ja keskustelut:

Harju, J. 2016. Myyjä. Finlayson Oy, tehtaanmyymälä, Forssa. Haastattelu 3.2.2016.

Kujanpää, S. 2016. Pitkäaikainen myyjä. Finlayson Oy, tehtaanmyymälä, Forssa. Haastattelu 3.2.2016.

Laitala, A. 2016. Vastuumyyjä. Finlayson Oy, Pop-Up Hyvinkää joulukuun 2015, Kauppakeskus Willa. Haastattelu 25.2.2016.

Pesonen, P. 2016. Luova Johtaja. Finlayson Oy. Haastattelu 13.11.2015.

Pesonen, P. 2016. Luova Johtaja. Finlayson Oy. keskustelu 24.5.2016.

Repo, M. 2016. Myymäläpäällikkö. Finlayson Oy, Esplanadi. Haastattelu 26.2.2016.

Sähköposti:

Hilpas, S. 27.10.2016. Oppari: Kysymystä. Vastaanottaja Reika Vesala. [Sähköpostisesti]. Viitattu 27.10.2016.

Louhelo, A. 19.2.2016. Ginghamista. Vastaanottaja Reika Vesala. [Sähköpostisesti]. Viitattu 27.10.2016.

KUVALÄHTEET

Kuva 1.

Reika Vesala. 2016.

Kuva 2.

Piipunjuurella. 2016. Forssan, Valkeakosken ja Varkauden museoiden tietokanta.

http://piipunjuurella.fi/search.php?s_fulltext=KP17

Kuva 3.

Finlayson. 2016. Mallistot. Tom of Finland.

<https://www.finlayson.fi/tuotteet/mallistot/tom-of-finland/32/>

Kuva 4.

Finlayson. 2016. Mallistot. Doggy style –rusetit.

<https://www.finlayson.fi/tuotteet/doggy-style-rusetit/34/>

Kuva 5.

Finlayson. 2016. Kodin sisustus. Huovat ja torkkupeitot.

<https://www.finlayson.fi/tuotteet/kodin-sisustus/huovat-ja-torkkupeitot/602/>

Kuva 6.

Lapuan kankurit. 2016. Tuotteet. Sisustus & sinä.

<http://lapuankankurit.fi/fi/corona-huopa-huopa>

Kuva 6.

Marimekko. 2016. Koti. Sisustus. Peitteet.

https://www.marimekko.com/fi_fi/kotiin/sisustus/peitteet

Kuva 6.

Hemtex. 2016. Koti. Oleskelu. Huovat.

https://www.hemtex.fi/article/kohoneulottu_huopa?attr1_id=20

Kuva 6.

Artek. 2016. Kodintekstiilit. Viltit & päiväpeitot.

<http://www.finnishdesignshop.fi/kodintekstiilit-viltit-paivapeitot-siena-viltti-mustavalkoinen-p-8057.html>

Kuva 7.

Nishikawa Sangyo. 2016. 商品情報. タオルケット・毛布.

<http://www.nishikawasangyo.co.jp/r/categoriesタオルケット・毛布/items/9254-FI5080タオルケット>

Kuva 7.

Joshin denki. 2016. エアコン/季節/空調. 電気毛布・ひざ掛け. ひざ掛け・肩かけ
<http://joshinweb.jp/season/14367/4516748015412.html>

Kuva 7.

Imabari Towel Japan. 2016. Products. idde Zora.
http://imabari-towel.jp/products/detail.php?product_id=1016

Kuva 7.

Nishikawa Sangyo. 2016. 商品情報. タオルケット・毛布.
<http://www.nishikawasangyo.co.jp/r/categoriesタオルケット・毛布/items/9185-SD5620-ウール入りブランケット>

Kuva 8.

Urban Outfitters. 2016. Throw+Blanket.
<http://www.urbanoutfitters.com/urban/catalog/search.jsp?q=Throw+Blanket#/>

Kuva 8.

Nordstrom Rack. 2016. Home. Décor & Pillows. Throws. Sophia Throw Gold/Honey.
<https://www.nordstromrack.com/shop/product/1328111/sophia-throw-gold-honey?color=GOLD-HONEY>

Kuva 8.

Ralph Lauren. 2016. Home. Bedding. Throws and Blankets. Gabrielle Shearling Blanket.
http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productId=42044506&cp=1760785.2146652&ab=ln_home_cs_throws&parentPage=family

Kuva 9.

Toika. Käsiyövälineet. Kangaspuut. Liisa-kangaspuut. Viittausta ei ole.
<http://kauppa.toika.com/product/1956/liisa-kangaspuut-tyoleveys-080-cm>

Kuva 9.

Silpala, E. 2002. Sidoksia kankaisiin: vipupuilla, vetopuilla ja poimien.
 Helsinki: Opetushallitus

Kuva 10

Reika Vesala.

Kuva 11.

Reika Vesala.

Kuva 12

Finlayson. 2016. Makuuhuoneen sisustus – pussilakanat.

<https://www.finlayson.fi/tuotteet/makuuhuoneen-sisustus/pussilakanat/>

Kuva 13–14

Finlayson. 2016. Designs.

<http://www.ilovefinlayson.com/designs/>

Kuva 15.

Finlayson. 2016. Mallistot. Tom of Finland.

<https://www.finlayson.fi/tuotteet/mallistot/tom-of-finland/32/>

Kuva 16.

Vogue. 2016. News. Sivussa Ella Alexander. (toim.) Vuitton and Kusama. Viitattu 9.7.2012.

<http://www.vogue.co.uk/gallery/louis-vuitton-unveils-yayoi-kusama-collection>

Kuva 17–39

Reika Vesala. 2016

HAASTATTELUN KYSYMYKSET

Haastattelu Finlayson myymälän henkilökunnalle

Myymälä
Haastateltava (+titteli)
Päivämäärä

Yleisesti

1. Miten asiakkaat suhtautuvat tuotteiden väreihin?
2. Mitä asiakkaat puhuvat kuosien eri aiheista?
3. Minkälaisia toivomuksia ja kommentteja olette kuulleet asiakkailta?

Turistit

1. Minkämaalaisia turisteja käy kaupassa ja kuinka paljon he ovat suhteutettuna suomalaisiin asiakkaisiin? (huom. sesongit)
2. Ovatko turistien mieltymykset erilaisia, kuin suomalaisten asiakkaiden? (mm. värit, aiheet, tuotteet)
3. Minkälaisia ja – hintaisia tuotteita turistit ostavat?
4. Onko turisteilla toivomuksia? Jos on, esimerkiksi mitä?

Miesasiakkaat

1. Kuinka usein miesasiakkaita käy kaupassa?
2. Minkäikäisiä miesasiakkaat ovat suunnilleen?
3. Jos miesasiakkaat käyvät itsenäisesti kaupassa, mitä he tulevat ostamaan (ja kenelle)?
4. Minkälaisia toivomuksia heillä on? (mm. tuotteet, aiheet ja värit)

Torkkupeitto

1. Miten asiakkaat kokevat Finlaysonin torkkupeittojen valikoimaa ja mitä he toivovat jatkossa olevan?
2. Miten asiakkaat suhtautuvat torkkupeittojen hintoihin?
3. Kuinka paljon asiakkaat kiinnittävät huomiota torkkupeittojen materiaaleihin?
4. Mitä muuta kommentteja asiakkailla on liittyen torkkupeittoihin?

VALMISTAJALLE LÄHETETYT LAATUNÄYTEIDEN TIEDOT JA VALMISTUSOHJEET
(Kunkin kuvan oikea koko on A4)

INFORMATIONS OF SAMPLES 1-3

SAMPLE 1 / YARNS

Size of woven fabric: 130 cm x 170 cm without Fringe end edges

WARP:

Yarn black, merino wool (Schoeller Sport-Loden 08100)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Threading 16 shafts, straight threading
Density 12

WEFT:

Yarn 1 green, wool
Nm 5/2, Tex 200 x 2
Yarn 2 green, merino wool (Schoeller Sport-Loden 8810)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Yarn 3 green, merino wool (Schoeller Sport-Loden 01216)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Yarn 4 black, merino wool (Schoeller Sport-Loden 08100)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Yarn 5 orange, merino wool (Schoeller Sport-Loden)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Density about 12


* It is advisable to use same quality yarns for warp and weft yarns 2-5.



Fabric

Reverse side

SAMPLE 1 / WEAVING INSTRUCTION



8. Felt the fabric lightly.

7. Fringe end edges with 16 warp yarns would be about 7 cm long.

6. Finish by weaving the another edge in the other way round than step 1. Weave ten rows with weft yarn 5 and then five rows with weft yarn 4.

5. Change the pattern and repeat steps 2 and 3 until reach the required length (another half length of the fabric).

4. Repeat steps 2 and 3 to reach the required length (half length of the fabric).

3. Weave with weft yarn 1 and 4 by turns and mix yarn 3 to every third yarn 1. Weave 15 cm.

2. Weave with weft yarn 1 and 4 by turns and mix weft yarn 2 to every third weft yarn 1. Weave 15 cm.

1. Start by weaving the first edge. Weave five rows with weft yarn 4 and then ten rows with weft yarn 5.

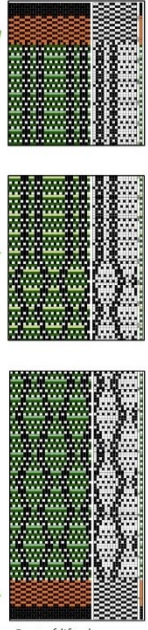
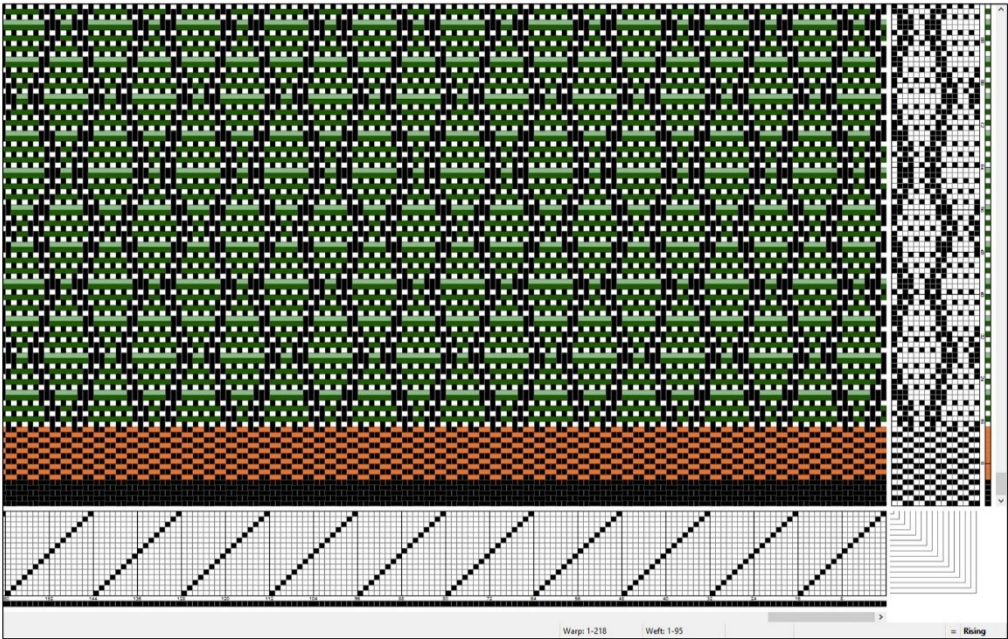


Image of fabric

Part of lift plan

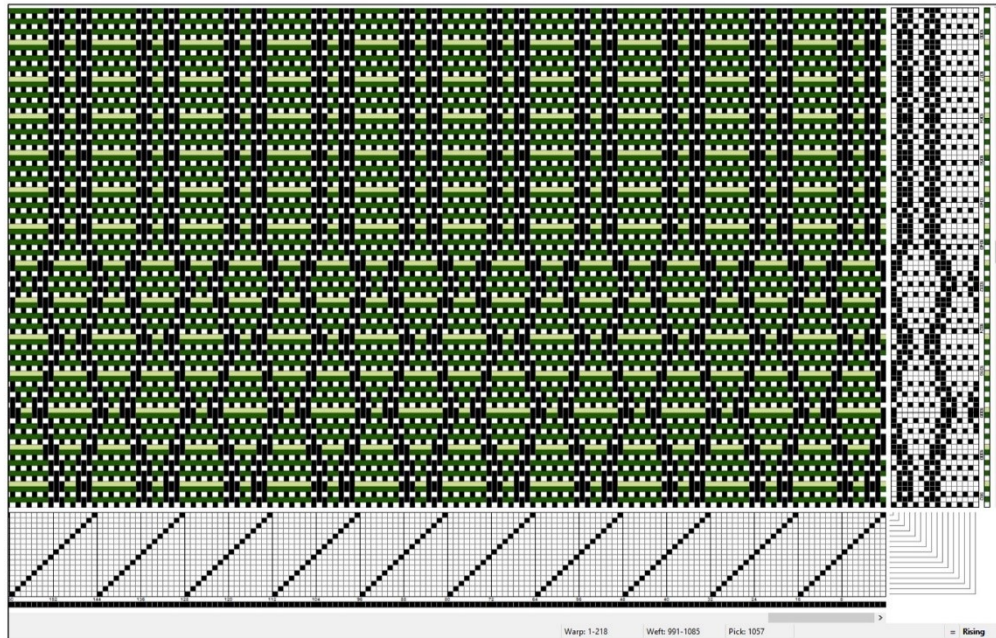
SAMPLE 1 / LIFT PLAN (FIRST PART)



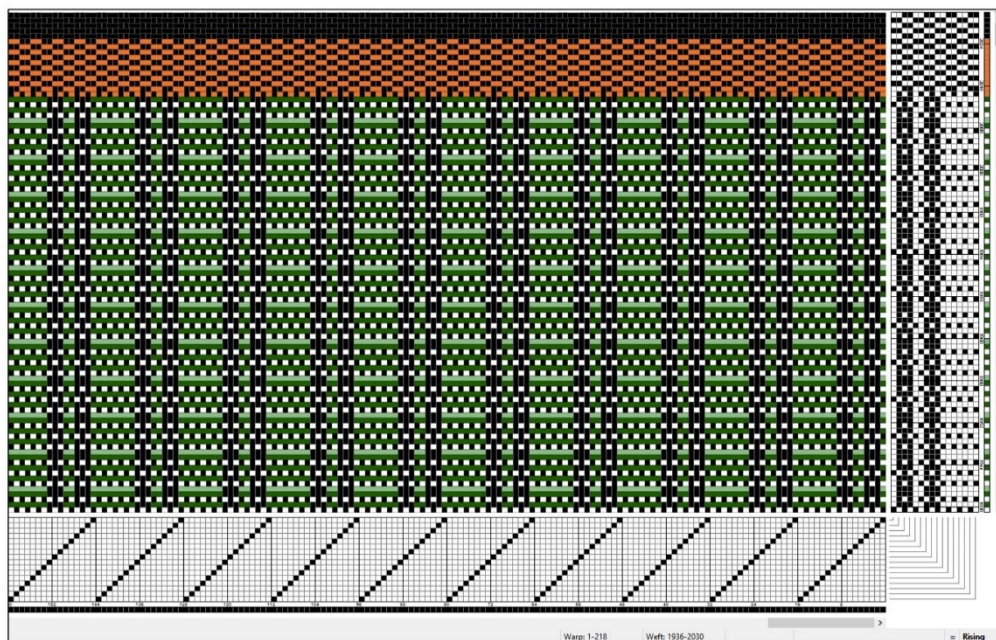
Warp: 1-218 Weft: 1-95

= Rising

SAMPLE 1 / LIFT PLAN (MIDDLE PART)



SAMPLE 1 / LIFT PLAN (LAST PART)



SAMPLE 2 / YARNS

Size of woven fabric: 130 cm x 170 cm without Fringe end edges

WARP:

Yarn white, merino wool (Schoeller Sport-Loden 08385)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Threading 16 shafts, straight threading
Density 12

WEFT (OPTION 1):

Yarn merino wool: pastel pink, grey blue, yellow ochre,
pastel green and dark brown
Nm 28/2, tex 36 x 2
Density about 16

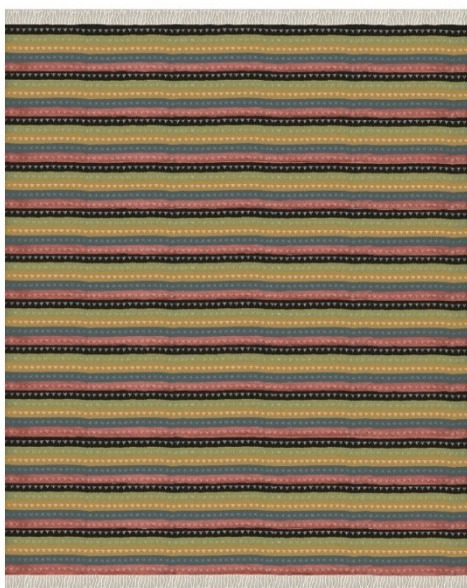
WEFT (OPTION 2):

Yarn merino wool: red, black and yellow ochre
Nm 28/2, tex 36 x 2
Density about 16

* It is advisable to use same quality yarns for warp and weft yarns



SAMPLE 2 / COLORS OF OPTION 1 AND 2



Option 1



Option 2

SAMPLE 2 / WEAVING INSTRUCTION



3. Felt the fabric lightly.

2. Fringe end edges with 16 warp yarns would be about 7 cm long.

1. Weave with weft yarns by turns to form required stripes.

SAMPLE 2 / LIFT PLAN (PATTERN), OPTION 1



SAMPLE 2 / LIFT PLAN (PATTERN), OPTION 2



SAMPLE 3 / YARNS

Size of woven fabric: 130 cm x 170 cm without Fringe end edges

WARP:

Yarn (natural) white cotton yarn
Nm 50/2, tex 20 x 2
Threading 16 shafts, straight threading
Density 13

WEFT:

Yarn 1 black wool yarn (Schoeller Sport-Loden)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Yarn 2 white wool yarn (Schoeller Sport-Loden)
Nm 28/2, tex 36 x 2
Yarn 3 metallic silver yarn
Density about 10

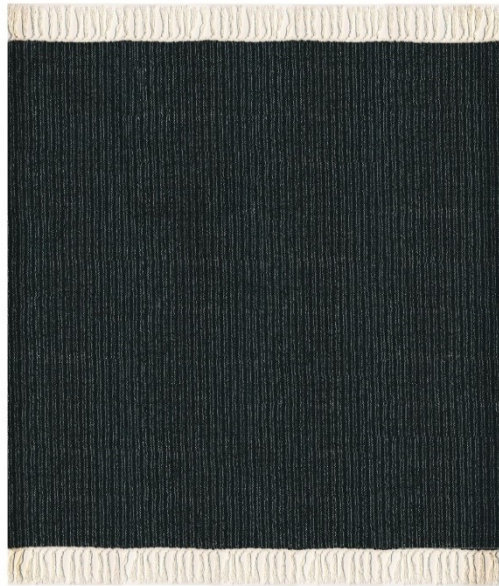
* It is advisable to use same quality yarns for yarns 1 and 2.



Fabric

Reverse side

SAMPLE 3 / WEAVING INSTRUCTION



4. Felt the fabric lightly.

7. Fringe end edges with 16 warp yarns would be about 7 cm long.

2. Repeat step 1 to reach the required length of fabric.

1. Weave with weft yarn 1 and 2 by turns . Mix weft yarn 3 to every third weft yarn 2.

SAMPLE 3 / LIFT PLAN (PATTERN)

